

JOÃO ANDRÉ SIMÕES MENDES

PLANOS PREVENTIVOS DE SAÚDE ANIMAL

Orientador: Professor Doutor Daniel Murta

UNIVERSIDADE LUSÓFONA DE HUMANIDADES E TECNOLOGIAS

Faculdade de Medicina Veterinária

Lisboa

2019

JOÃO ANDRÉ SIMÕES MENDES

PLANOS PREVENTIVOS DE SAÚDE ANIMAL

Dissertação defendida em provas públicas para obtenção do Grau de Mestre em Medicina Veterinária no curso de Mestrado Integrado em Medicina Veterinária conferido pela Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, no dia 21 de Março de 2019, com Despacho Reitoral nº 72/2019, com a seguinte composição do Júri:

Presidente: Professora Doutora Laurentina Pedroso

Arguente: Professor Doutor Lénio Ribeiro

Orientador: Professor Doutor Daniel Murta

UNIVERSIDADE LUSÓFONA DE HUMANIDADES E TECNOLOGIAS

Faculdade de Medicina Veterinária

Lisboa

2019

DEDICATÓRIA

“Carpe diem”

Quintus Horatius Flaccus

“You can have no dominion greater or less than that over yourself.”

Leonardo di Ser Piero da Vinci

AGRADECIMENTOS

À Faculdade de Medicina Veterinária da Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, na pessoa da sua Diretora, Professora Doutora Laurentina Pedroso, pela possibilidade de realização desta Dissertação de Mestrado.

Ao Professor Doutor Daniel Murta, por aceitar orientar esta dissertação. A sua ajuda e apoio foram cruciais à concretização deste estudo, muito obrigado.

À Professora Doutora Inês Viegas, agradeço toda a disponibilidade, ajuda, conselhos e conhecimento partilhado através de opiniões, sugestões e críticas que se revelaram contribuições fulcrais e imprescindíveis à elaboração deste trabalho.

Ao Hospital Veterinário do Atlântico e sua equipa, por me receberem como estagiário e partilharem comigo conhecimentos e valências essenciais à prática de clínica de pequenos animais.

Aos meus pais por me apoiarem e tornarem possível a minha entrada neste percurso académico. Ao meu pai que contra as adversidades, nunca faltou e sempre me proporcionou mais do que merecia. À minha mãe por acreditar em mim e apoiar-me incondicionalmente.

À minha irmã por me ajudar sempre que preciso e por me ter incentivado a entrar para Medicina Veterinária.

À minha avó, por toda a ajuda, paciência, companhia e disponibilidade que teve para comigo enquanto elaborava este estudo.

Aos meus amigos e colegas Sara Girão, Ludymyla Bassi, Joana Carvalho, Ana Filipa Marcos e Pedro Silveira por me aturarem e ajudarem ao longo do curso. Sem vocês não teria sido a mesma coisa.

À minha amiga e colega Natália Freitas, por não hesitar em me abrir as portas da sua casa durante o período de estágio e meses que se seguiram. Por ter a paciência de me aturar como se de um filho se tratasse e por tornar este último ano de faculdade memorável.

A todos os que tornaram possível a concretização deste estudo através da partilha e realização do questionário elaborado.

RESUMO

Os Planos de Saúde para animais de companhia representam um desvio do modelo de negócio praticado até à menos de uma década pelos Centros de Atendimento Médico-Veterinários. A sua eficácia e sucesso tanto do ponto de vista económico como da saúde encontra-se evidenciada no mercado estrangeiro. A nível nacional observa-se que apesar de ser em menor escala, a sua disponibilização tem vindo a ganhar expressão nos últimos anos.

Este estudo pretende avaliar se de um modo geral existe interesse por parte dos portugueses para com os Planos Preventivos de Saúde Animal e quais os fatores que os motivam à adesão. Assim sendo, recorreu-se à elaboração e partilha de um questionário, única e exclusivamente divulgado através de redes sociais, o qual permaneceu acessível entre as datas de 10/02/2018 e 25/04/2018, obtendo-se um total de 507 questionários respondidos.

Constatou-se que foram poucos os inquiridos que não demonstraram interesse por este serviço (5.7%, n=29) e que os aspetos que os motiva são sobretudo o facto de considerarem que acabariam por gastar mais dinheiro do que atualmente gastam, bem como, a incredulidade de que os custos compensem os benefícios que teriam para a saúde dos seus animais. Em contrapartida, observou-se que as motivações que aparentemente representam maior relevância para o interesse de adesão por parte dos interessados, parecem prender-se mais com a componente médica, de saúde e de prevenção do que com os aspetos monetários.

Sugere-se assim que de uma forma geral existe em Portugal interesse por este serviço e que uma aposta por parte dos CAMVs a nível nacional neste modelo de negócio poderá ser oportuna.

Palavras-chave: Planos de Saúde, Animais de Companhia, Centros de Atendimento Médico Veterinários, Planos Preventivos de Saúde Animal, Portugal.

ABSTRACT

Pet Health Plans represent a deviation from the business model practiced by Veterinary Medical Centers until less than a decade ago. Their effectiveness and success, both from an economic and health point of view, is evident in the foreign market. National level wise, although on a smaller scale, their availability has been gaining ground in recent years.

This study strives to evaluate if there's a general interest on the Portuguese part towards Preventive Healthcare Plans and which factors motivate them to sign up. Therefore, a survey was designed and shared, exclusively through social networks, which was made available between 10/02/2018 and 25/04/2018, amassing a total of 507 responses.

Very few of the surveyed showed no interest in this service (5.7%, n=29), their motivations being mainly the belief that they would spend more money than they currently spend and the disbelief that the benefits to their pets health outweigh the costs. On the other hand, the motivations that seem to be more relevant to the interested parties seem to be related with the medical, health and prevention component more so than with monetary aspects.

It is therefore suggested that in general there's an interest in this service in Portugal and that maybe a venture on the part of the Veterinary Medical Centers at a national level in this business model may be timely.

Keywords: Pet Health Plans, Veterinary Medical Centers, Preventive Healthcare Plans, Portugal.

Abreviaturas

AAHA - American Animal Hospital Association

AVMA - American Veterinary Medical Association

CAMV - Centro de Atendimento Médico-Veterinário

Chi² - Chi-quadrado

ECG - Eletrocardiograma

Etc - Et cetera

EUA - Estados Unidos da América

E-mail - Correio eletrónico

FeLV - Vírus da Leucemia Felina

FIV - Vírus da Imunodeficiência Felina

GfK - Growth from Knowledge

MV - Médico Veterinário

NVA - National Veterinary Associates

RGPD - Regulamento Geral de Proteção de Dados

SPSS – Statistical Package for Social Sciences

\$ - Dólar

€ - Euro

% - Percentagem

Índice

Dedicatória	i
Agradecimentos	ii
Resumo	iii
Abstract	iv
Índice	vi
I. Estágio Curricular	1
1. Descrição	1
2. Casuística	2
II. Dissertação de Mestrado	4
1. Introdução	4
2. Planos Preventivos de Saúde Animal	6
3. Benefícios dos Planos de Saúde para os Camv's	6
4. Delineamento de um Projeto para a Implementação de Planos Preventivos de Saúde Animal	8
4.1. Número de Planos	9
4.2. Serviços	9
4.3. Preçário	12
4.4. Benefícios Adicionais	14
4.5. Cobranças e Contratos	14
5. Implementação de Planos de Saúde Animal	14
5.1. Definição de Metas e Avaliação da Performance	15
5.2. Educação e Treino de Funcionários e Equipas	15
5.3. Divulgação do Projeto	16
6. Processos Administrativos	17
6.1. Gestão de Avisos	17
6.2. Alterações de Estatuto	18
6.3. Renovações	18
6.4. Cancelamentos e Transferências	19
6.5. Óbitos	19
7. Incentivos e Advertências	20
8. Impacto dos Planos de Saúde em CAMVs dos EUA	20

9.	Características do Mercado Nacional	24
9.1.	Motivações das Idas ao Veterinário.....	26
9.2.	CAMVs de Portugal e os Planos de Saúde	27
10.	Materiais e Métodos	27
10.1.	Metodologia.....	27
10.2.	Tipo de estudo	28
10.3.	Estrutura do questionário	28
10.4.	Análise estatística	29
11.	Resultados	29
11.1.	Análise estatística descritiva	29
11.1.1.	Caracterização sociodemográfica.....	29
11.1.2.	Caracterização da população em estudo.....	32
11.1.3.	Caracterização da amostra relativamente aos Planos Preventivos de Saúde Animal	33
11.2.	Análise Estatística Inferencial.....	38
11.2.1.	Relação do interesse pelos Planos de Saúde com:.....	38
11.2.2.	Relação dos gastos anuais em prevenção com:	41
12.	Discussão.....	42
13.	Conclusão	45
	Bibliografia	46
	Anexos	I

ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1 - Exemplo de Planos para Cães (Adaptado de Preventive Healthcare Plans: Implementation)	11
Tabela 2 - Exemplo de Planos para Gatos (Adaptado de Preventive Healthcare Plans: Implementation)	11
Tabela 3 - Exemplo de preço para um Cão com Plano Adulto.....	13
Tabela 4 - Caracterização da amostra quanto aos fatores que motivam os inquiridos a aderir a um Plano de Saúde (frequência relativa, n=478)	34
Tabela 5 - Caracterização da amostra quanto aos fatores que motivam os inquiridos a não aderir a um Plano de Saúde (frequência relativa, n=29)	35
Tabela 6 - Caracterização da amostra quanto aos serviços incluídos num Plano de Saúde que são mais relevantes para os inquiridos (frequência relativa, n=478)	36

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Caracterização da amostra quanto à espécie	2
Gráfico 2 - Caracterização da amostra quanto às atividades acompanhadas	2
Gráfico 3 - Caracterização da amostra quanto às áreas clínicas de incidência (frequência relativa, n=498)	3
Gráfico 4 - As quatro principais motivações que levariam os tutores a visitar o Veterinário com maior regularidade (Adaptado de Partners For Healthy Pets, 2012)	5
Gráfico 5 - Serviços veterinários que seriam mais apelativos para os proprietários (Adaptado de Partners For Healthy Pets, 2012)	7
Gráfico 6 - Impacto dos Planos de Saúde no número de visitas da Lansing Veterinary Clinic (Adaptado de Brakke Consulting, 2015)	21
Gráfico 7 - Impacto dos Planos de Saúde na receita da Lansing Veterinary Clinic (Adaptado de Brakke Consulting, 2015)	22
Gráfico 8 - Melhoria do compliance de saúde oral dos clientes da NVA com Planos de Saúde (Adaptado de Brakke Consulting, 2015)	23
Gráfico 9 - Aumento do número de serviços utilizados após a implementação de Planos de Saúde na Bigger Road Veterinary Clinic (Adaptado de Brakke Consulting, 2015)	23
Gráfico 10 - Lares portugueses com animais de estimação (%) (Adaptado de GfK, 2017) .	24
Gráfico 11 - Total de animais de estimação, distribuição 2017 (Adaptado de GfK, 2017) ...	24
Gráfico 12 - Até que ponto se preocupa com a ... do seu cão (Adaptado de GfK, 2017)	25
Gráfico 13 - Até que ponto se preocupa com a ... do seu gato (Adaptado de GfK, 2017) ...	25
Gráfico 14 - Peso dos gastos com o cão no total orçamento familiar (em média, mensalmente) (%) (Adaptado de GfK, 2017)	25
Gráfico 15 - Peso dos gastos com o gato no total orçamento familiar (em média, mensalmente) (%) (Adaptado de GfK, 2017)	25

Gráfico 16 - Como se distribuem as parcelas relativas aos gastos? (Adaptado de GfK, 2017)	26
Gráfico 17 - Como se distribuem as parcelas relativas aos gastos? (Adaptado de GfK, 2017)	26
Gráfico 18 - Caracterização da amostra quanto à idade (frequência relativa para a totalidade da amostra, n=507).....	30
Gráfico 19 - Caracterização da amostra quanto ao grau de instrução (frequência relativa para a totalidade da amostra, n=507)	30
Gráfico 20 - Caracterização da amostra quanto à zona de residência (frequência relativa para a totalidade da amostra, n=507)	31
Gráfico 21 - Caracterização da amostra quanto ao grupo de rendimento líquido mensal (frequência relativa para a totalidade da amostra, n=507)	31
Gráfico 22 - Caracterização da amostra quanto ao número de idas ao veterinário por ano (frequência relativa, n=501)	32
Gráfico 23 - Caracterização da amostra quanto aos gastos anuais em prevenção no Veterinário (frequência relativa, n=501)	33
Gráfico 24 - Caracterização da amostra quanto à fonte de informação (frequência relativa, n=235)	33
Gráfico 25 - Caracterização da amostra quanto ao interesse de adesão a Planos de Saúde (frequência relativa para a totalidade da amostra, n=507)	34
Gráfico 26 - Caracterização da amostra quanto à disposição a pagar por mês para manter um Plano de Saúde (frequência relativa, n=478)	37
Gráfico 27 - Caracterização da amostra quanto à predisposição para ir ao veterinário com mais vezes caso aderisse a um Plano de Saúde (frequência relativa, n=478)	37
Gráfico 28 - Caracterização da amostra quanto à inclinação de adesão a um Plano de Saúde, mediante recomendação de um Médico Veterinário (frequência relativa para a totalidade da amostra, n=507)	38

Gráfico 29 - Relação entre a percepção da existência de Planos de Saúde e o interesse pelos Planos de Saúde (frequência absoluta para a totalidade da amostra, n=507)	39
Gráfico 30 - Relação entre as fontes de informação e o interesse pelos Planos de Saúde (frequência absoluta, n=235)	39
Gráfico 31 - Relação entre a disposição a pagar e o interesse pelos Planos de Saúde (frequência absoluta, n=478)	40
Gráfico 32 - Relação entre o género e o interesse pelos Planos de Saúde (frequência absoluta para a totalidade da amostra, n=507)	40
Gráfico 33 - Relação entre a idade e o interesse pelos Planos de Saúde (frequência absoluta para a totalidade da amostra, n=507)	41
Gráfico 34 - Relação entre os gastos anuais em prevenção e a disposição a pagar (frequência absoluta, n=472)	42

I. ESTÁGIO CURRICULAR

1. DESCRIÇÃO

O estágio curricular foi realizado no Hospital Veterinário do Atlântico (Mafra), entre o período de 11 de setembro a 17 de dezembro de 2017, sob supervisão do corpo clínico. O horário cumprido, em regime semanal rotativo, encontrava-se dividido entre manhãs, tardes e noites, refletindo a realidade e a casuística com que os profissionais médico-veterinários normalmente se deparam.

Durante o período de estágio foi permitido, sob supervisão dos Médicos Veterinários e enfermeiras, participar em todas as atividades desenvolvidas na prática clínica rotineira, viabilizando a aplicação de conhecimentos adquiridos ao longo do curso, bem como, a aquisição de novos conhecimentos e competências.

Diariamente foram acompanhadas consultas de diversas áreas clínicas, durante as quais era autorizada a realização do exame clínico, exames complementares de diagnóstico e a administração de determinados fármacos. Na área de internamento colaborou-se na monitorização, realização de exames, contenção, administração de medicação e na manutenção da alimentação e cuidados de higiene dos pacientes. Na área de cirurgia foi possível observar e desempenhar a preparação da medicação pré-anestésica, tricotomia, assepsia cirúrgica, intubação endotraqueal, monitorização anestésica, bem como, funções de circulante e ajudante de cirurgião. Por último, dentro dos exames complementares de diagnóstico houve também a oportunidade de realizar e/ou interpretar radiografias, ecografias e ecocardiografias, bem como, observar ao microscópio ótico citologias aspirativas, esfregaços sanguíneos e raspagens cutâneas.

2. CASUÍSTICA

No decorrer do período de estágio observou-se um total de 498 animais. O gráfico 1 ilustra a distribuição dos animais acompanhados, constatando-se que a maioria dos animais observados foram cães (61%).

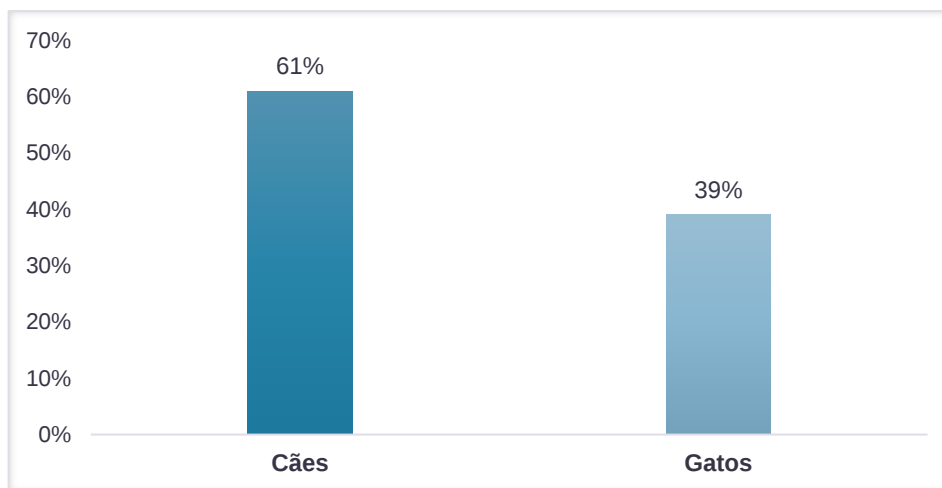


Gráfico 1 - Caracterização da amostra quanto à espécie (frequência relativa, n=498)

O gráfico 2 elucida quanto às atividades acompanhadas, depreendendo-se que o acompanhamento de consultas correspondeu à maioria do tempo de estágio (78%).

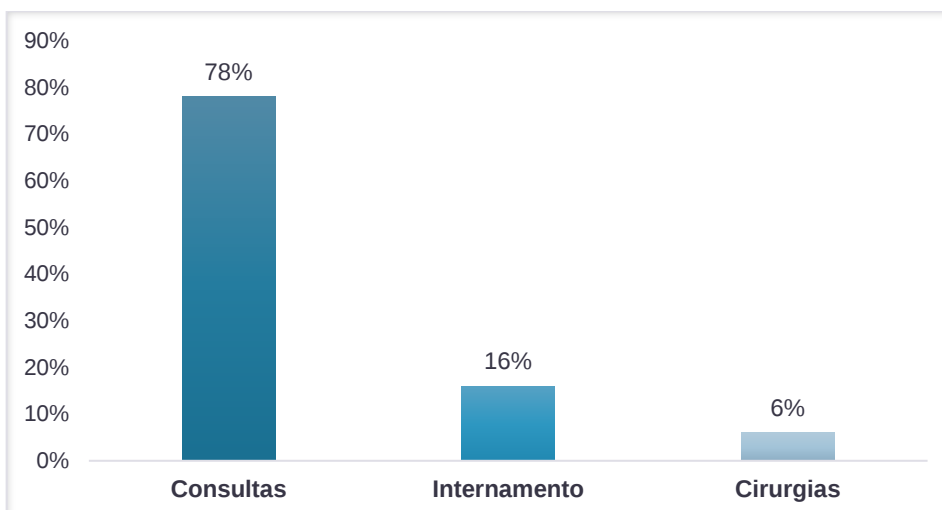


Gráfico 2 - Caracterização da amostra quanto às atividades acompanhadas (frequência relativa, n=498)

O gráfico 3 explicita a casuística das áreas clínicas com que houve contacto. Observa-se que das consultas acompanhadas a área com que houve maior exposição foi a Profilaxia (42%), seguida da Imagiologia (16%) e da Gastroenterologia (12%).

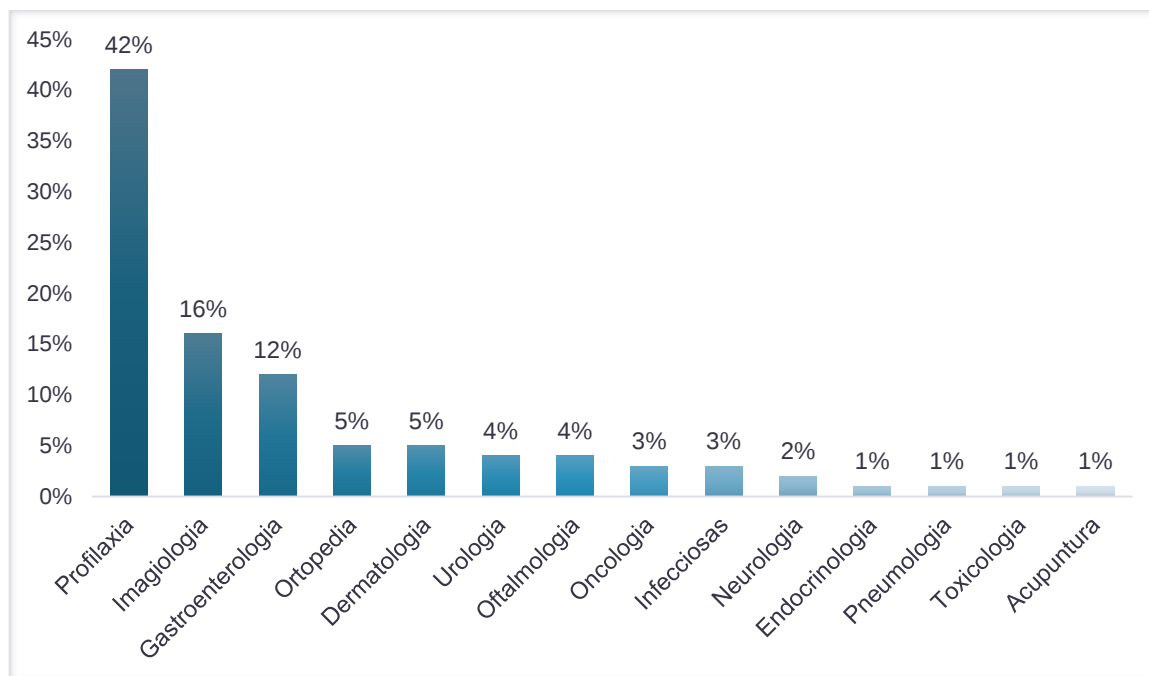


Gráfico 3 - Caracterização da amostra quanto às áreas clínicas de incidência (frequência relativa, n=498)

II. DISSERTAÇÃO DE MESTRADO

1. INTRODUÇÃO

A elaboração deste estudo tem como meta desvendar o panorama a nível nacional face ao interesse para com Planos de Saúde, simultaneamente expondo os conceitos em que se baseiam, bem como, os alicerces que os compõem.

O conceito de medicina preventiva assenta na deteção precoce de doenças. A sua prática não só reduz o custo de tratamentos futuros, como contribui para a taxa de sucesso desses mesmos tratamentos, potencialmente aumentando a qualidade e esperança média de vida dos animais de companhia.

Na realidade, cerca de 18% dos gatos com aproximadamente seis anos ou com idades superiores e 23% dos cães que aparentam estar saudáveis após avaliação, têm uma doença subclínica. Adicionalmente, 5% dos cães e gatos jovens que parecem estar saudáveis possuem também uma doença subjacente, e 7% dos cães com oito anos de idade ou menos apresentam níveis de tiroide baixos que ficam por diagnosticar.

Não obstante, algumas dessas doenças manifestam sintomatologia que pode ser observada na rotina diária do paciente, entre as quais, alterações dos hábitos alimentares, do comportamento ou da mobilidade. Contudo, na maioria das vezes, os tutores não se apercebem destas mudanças subtis, desvalorizando-as ou assumindo por vezes que não existe nada a fazer, atribuindo a responsabilidade a fatores como a idade. Como resultado, os proprietários falham em transmitir aos veterinários a existência destes sintomas iniciais de doença, perdendo-se oportunidades de ajudar os animais no momento mais benéfico do ponto de vista da relação custo benefício do tratamento. É na deteção precoce destas situações que os Planos Preventivos de Saúde Animal se inserem, permitindo que os profissionais de veterinária sejam mais proativos quanto à saúde dos seus pacientes.

Através destes programas, o papel dos profissionais de veterinária pode alterar-se aos olhos do consumidor. De profissionais vistos como provedores de cuidados médicos, passam a enquadrar-se num contexto de consultores de confiança, dotados de experiência, treino médico e das habilidades de ouvir e simpatizar com as necessidades de saúde dos seus pacientes.

A maioria dos profissionais veterinários já oferece uma versão informal de cuidados preventivos, estando a medicina preventiva enquadrada na maioria dos Centros de Atendimento Médico Veterinários em práticas de vacinação e desparasitação recomendadas

de forma generalizada a todos os clientes, bem como sugestões de esterilização, nutrição, exames complementares específicos para determinadas raças e/ou faixas etárias, etc. Isto ocorre, por exemplo, quando as equipas conversam com os clientes sobre quais os melhores hábitos alimentares para garantir uma dieta equilibrada, qual a frequência com que um cão necessita de exercício físico ou o que fazer face a problemas comportamentais exibidos por um gato que fica sozinho em casa o dia todo. De certa forma, um Plano Preventivo de Saúde Animal formaliza o que os Médicos Veterinários têm feito consistentemente de forma informal.

A instituição de cuidados de prevenção constitui também uma oportunidade para os Médicos Veterinários elaborarem um historial completo. Isto envolve a recolha exaustiva de anamneses e exames físicos, suplementando essas informações qualitativas com dados quantitativos obtidos através de diagnósticos clínicos e/ou Imagiologia. Por outras palavras, adicionando-se uma base científica à interpretação do estado de saúde dos pacientes, não só se 'completa o quadro' como esse processo pode levar à deteção e ao tratamento de doenças subclínicas graves, antes que surja sintomatologia ou doença (Abaxis, 2016).

De acordo com o *Executive Summary Of The Bayer Veterinary Care Usage Study* de 2011, uma amostra de 2.188 inquiridos levariam mais vezes os seus animais de companhia ao veterinário, se pudessem prevenir complicações, evitar tratamentos caros ou se essas idas ajudassem os seus animais a viver por mais tempo. Além disso, também iriam mais vezes, se as consultas fossem mais baratas e/ou caso acreditassem que os seus animais precisam de realizar exames com maior regularidade (Volk et al., 2011).



Gráfico 4 - As quatro principais motivações que levariam os tutores a visitar o Veterinário com maior regularidade (Adaptado de *Partners For Healthy Pets*, 2012)

Em suma, a necessidade clínica face aos cuidados preventivos é apoiada pelos dados científicos e os clientes poderão estar dispostos a pagar por eles. Contudo é de notar que a mentalidade, exigência e disposição a pagar por parte dos clientes varia consoante a

realidade cultural e as condições socioeconómicas existentes. Ainda assim, o passo lógico a tomar por parte dos CAMVs poderá passar por ir ao encontro desta necessidade, potenciando simultaneamente as suas receitas e crescimento económico no processo (Abaxis, 2016).

2. PLANOS PREVENTIVOS DE SAÚDE ANIMAL

Os Planos de Saúde são pacotes abrangentes de serviços veterinários, que têm como objetivo manter um animal de companhia saudável. Os seus elementos essenciais consistem no compromisso por parte dos proprietários em contrair um ano de serviços veterinários preventivos e a oportunidade de os pagar através de prestações mensais. Por norma estes Planos incluem um ou mais exames de estado geral, vacinações, desparasitações, análises sanguíneas e certos exames complementares de diagnóstico, podendo também incluir cirurgias eletivas, como a esterilização e a higienização dentária.

Por vezes estes pacotes de serviços são confundidos pelo público em geral com os seguros de saúde animal. Contudo, os seguros realizam geralmente a cobertura ou o reembolso de custos em caso de doença ou ferimentos inesperados, contrariamente aos Planos de Saúde os quais permitem prevenir, identificar e tratar problemas antecipadamente.

Todavia, idealmente os proprietários de animais de companhia adquiririam ambos os serviços, uma vez que estes se complementam e proporcionam maior segurança tanto para si mesmos como para os seus animais (Partners For Healthy Pets, 2012).

3. BENEFÍCIOS DOS PLANOS DE SAÚDE PARA OS CAMVS

De acordo com a *Partners for Healthy Pets* comité da *American Veterinary Medical Foundation* liderado pela *American Veterinary Medical Association* e pela *American Animal Hospital Association*, apesar da utilização dos Planos Preventivos de Saúde Animal representar uma mudança significativa na estratégia de negócio da maioria das clínicas e hospitais veterinários, existem diversas razões para os ter em consideração.

Primeiramente, os animais recebem melhores cuidados num enquadramento previsível para os seus tutores. Em vez da abordagem praticada por muitos clientes, a qual

envolve idas ao Veterinário esporádicas, os proprietários fazem um investimento e comprometem-se a seguir um Plano. Dessa forma os animais recebem os cuidados que precisam, quando realmente necessitam deles. Simultaneamente, a frequência de visitas aumenta, pelo que os clínicos têm a oportunidade de observar os animais mais vezes e de encontrar problemas em estados mais precoces.

É relevante notar que a maioria dos proprietários querem tomar bem conta dos seus animais, contudo, muitas vezes não sabem como o fazer. Ao aderirem a um Plano de Saúde tornam-se evidentes e esquematizadas quais as medidas necessárias para garantir os cuidados de que os seus animais necessitam.

Aos proprietários pode também ser favorável ter um Plano, bem como a possibilidade de efetuar pagamentos em prestações mensais que podem incluir na contabilização das despesas previstas do seu agregado familiar.

Um dos receios sentidos por parte dos proprietários face à procura de cuidados veterinários, prende-se com o pagamento ocasional de grandes quantias a pronto. Para alguns, esta situação é vista como inconveniente, pelo que, com um Plano de Saúde esta preocupação deixa de existir face aos serviços no âmbito da prevenção.

O *Executive Summary Of The Bayer Veterinary Care Usage Study (2011)*, identifica os Planos de Saúde e a possibilidade de pagamentos mensais para serviços de rotina como sendo, duas das três principais motivações que levam ao aumento do número de visitas ao veterinário. A terceira consistiu na competitividade dos preços de produtos adquiridos.

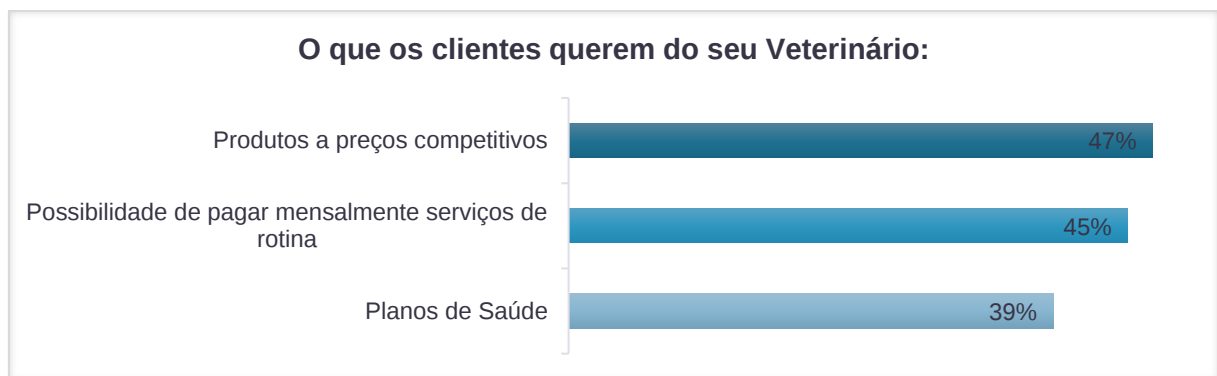


Gráfico 5 - Serviços veterinários que seriam mais apelativos para os proprietários (Adaptado de *Partners For Healthy Pets*, 2012)

Os Planos de Saúde ajudam também a criar ligações de proximidade entre os clientes e os CAMVs. Isto porque os clientes dispõem de um Plano e comprometem-se a pagar por um ano de serviços, sendo por isso mais diligentes e conscientes face à marcação e cumprimento dos serviços necessários à manutenção da saúde dos seus

animais. Para além do mais, elimina também a motivação do cliente em comparar preços. Removendo a barreira do custo elevado muitas vezes associado com as visitas pontuais, o que normalmente se verifica é um aumento do número de visitas por ano, o que origina um aumento da receita. Por outro lado, os Médicos Veterinários identificam mais problemas que carecem de tratamento e os clientes têm mais tendência para comprar os produtos que necessitam nos CAMVs (tais como medicamentos de uso veterinário, produtos de uso veterinário, alimentação, etc).

Os Planos de Saúde podem ainda ajudar não só a fidelizar clientes como a nivelar as receitas de mês para mês, compensando os declínios sazonais e apoiando a previsibilidade do negócio. Adicionalmente, constituem também um elemento diferenciador, tornando os CAMVs mais orientados para o consumidor (*client-friendly*) e menos vulneráveis face à competição por parte da concorrência com serviços limitados e/ou *low-cost*.

4. DELINEAMENTO DE UM PROJETO PARA A IMPLEMENTAÇÃO DE PLANOS PREVENTIVOS DE SAÚDE ANIMAL

A informação contida nos capítulos seguintes (4, 5 e 6) tem como fontes fundamentais os documentos *Preventive Healthcare Plans: Overview* e *Preventive Healthcare Plans: Implementation*, concebidos por profissionais acreditados pela AAHA e AVMA com o propósito de explicar o que são os Planos de Saúde, como funcionam e como implementá-los.

Tratando-se de uma matéria comercial e não académica / de investigação, as fontes consultadas incidem fundamentalmente em conteúdos divulgados por prestadores de serviços médico-veterinários, ou por prestadores de serviços a CAMVs, pese embora que se trata de informação fundamentalmente com origem nos Estados Unidos da América. Ressalva-se assim a necessária adaptação desta informação ao contexto nacional, quer em termos de realidade socioeconómica quer em termos de práticas comerciais correntes.

Ao ponderar-se a implementação de um sistema de Planos de Saúde num CAMV, existem quatro fatores chave a definir:

- Quantos Planos vão ser disponibilizados
- Quais os serviços que cada Plano inclui
- Quais os preços de cada Plano e se incluem ou não uma taxa de inscrição
- Oferecer, ou não, benefícios e/ou descontos adicionais aos clientes com Planos

4.1. Número de Planos

A maioria dos CAMVs dos EUA oferece no mínimo seis Planos, dos quais três são para cães e outros três para gatos. Este conjunto de Planos abrange animais jovens, adultos e seniores, sendo que para cada categoria poderá ainda existir a opção de Plano *standard* ou *premium*.

Uma pesquisa empírica sobre CAMVs no Reino Unido permitiu identificar modelos de negócio semelhantes aos utilizados nos EUA. Verificou-se que para além dos seis Planos para cães e gatos de faixas etárias diferentes, disponibilizam também pacotes individualizados nos quais incluem um menor número de serviços, tais como pacotes só com *check-ups* e vacinações ou desparasitações, podendo o cliente assim optar por não ter incluído outros serviços que considere desnecessários, ou que já realizou previamente. Adicionalmente para além dos Planos direcionados a cães e gatos, encontram-se também bastantes Planos destinados a coelhos domésticos e porquinhos-da-índia.

A nível nacional, não foi possível encontrar literatura específica (científica ou generalista) sobre este tema. Todavia verificou-se que de facto existem Planos de Saúde disponíveis em vários CAMVs e grupos de CAMVs. Dentro dos modelos de negócio encontrados, para além dos que se assemelham aos anteriormente citados, encontram-se Planos de Saúde com uma panóplia de serviços mais reduzida, acomodando assim valores inferiores a 10€ mensais, bem como, Planos que incluem nos seus pacotes outras valências para além das mais comuns, tais como, o seguro de responsabilidade civil e um kit de primeiros socorros animal (Partners For Healthy Pets, 2012).

4.2. Serviços

Os serviços incluídos nos Planos são selecionados de acordo com o critério de cada CAMV. Idealmente, a base dos Planos de Saúde deve incluir um ou mais exames de estado geral, vacinas obrigatórias e desparasitações recomendadas, bem como exames

complementares de diagnóstico apropriados à raça, idade e estilo de vida do animal. Adicionalmente os Planos com nível *premium* para além dos serviços de base poderão incluir a esterilização e/ou a identificação eletrónica de animais jovens, no caso dos adultos e dos seniores as higienizações dentárias e/ou os exames de rastreio.

Os documentos *AAHA/AVMA Canine and Feline Preventive Healthcare Guidelines* (2011), constituem uma fonte útil aquando da consideração e seleção dos elementos incluídos num Plano Preventivo de Saúde Animal (Partners For Healthy Pets, 2012).

Tabela 1 - Exemplo de Planos para Cães (Adaptado de *Preventive Healthcare Plans: Implementation*)

Plano	Serviços
Jovem	• Check-ups • Vacinação obrigatória • Vacinação recomendada • Desparasitação externa • Desparasitação interna • Citologia auricular com exame ao microscópio ótico • Teste Leishmaniose • Microchip
Jovem Premium	Todos os anteriormente mencionados, mais: • Painel pré-anestésico • Esterilização/Castração
Adulto	• Check-ups • Vacinação obrigatória • Vacinação recomendada • Desparasitação externa • Desparasitação interna • Despiste de Dirofilariose • Teste Leishmaniose • Citologia auricular com exame ao microscópio ótico • Hemograma • Painel Bioquímico • Urianálise e exame de sedimento
Adulto Plus	Todos os anteriormente mencionados no Plano Adulto, mais: • Exame T4 Livre • Higienização Dentária
Adulto Premium	Todos os anteriormente mencionados nos Planos Adulto e Adulto Plus, mais: • Check-ups adicionais • Exame Radiográfico • ECG • Medições da pressão arterial • Rastreio de glaucoma

Tabela 2 - Exemplo de Planos para Gatos (Adaptado de *Preventive Healthcare Plans: Implementation*)

Plano	Serviços
Jovem	• Check-ups • Vacinação obrigatória • Vacinação recomendada • Desparasitação externa • Desparasitação interna • Citologia auricular com exame ao microscópio ótico • Teste FIV-FeLV • Microchip
Jovem Premium	Todos os anteriormente mencionados, mais: • Painel pré-anestésico • Esterilização/Castração
Adulto	• Check-ups • Vacinação obrigatória • Vacinação recomendada • Desparasitação externa • Desparasitação interna • Despiste de Dirofilariose • Teste FIV-FeLV • Citologia auricular com exame ao microscópio ótico • Hemograma • Painel Bioquímico • Urianálise e exame de sedimento
Adulto Plus	Todos os anteriormente mencionados no Plano Adulto, mais: • Exame T4 Livre • Higienização Dentária
Adulto Premium	Todos os anteriormente mencionados nos Planos Adulto e Adulto Plus, mais: • Check-ups adicionais • Exame Radiográfico • ECG • Medições da pressão arterial • Rastreio de glaucoma

4.3. Preçário

Existem dois componentes para os preços, passíveis de serem adaptados a cada realidade. O primeiro é a mensalidade de cada Plano, o segundo é uma eventual taxa de inscrição. O conceito destes Planos de Saúde consiste em fornecer ao cliente um menu abrangente de serviços preventivos e em seguida, aplicar-lhes um desconto substancial caso optem por realizar um contrato anual.

Por norma os Planos de Saúde mais eficazes disponibilizam uma lista de serviços mais sólida do que os serviços em média comprados pelos clientes num ano. Os Planos de Saúde, não só proporcionam paz de espírito aos proprietários como aumentam a frequência com que estes visitam o veterinário. A receita dos CAMVs por cliente geralmente aumenta no caso dos clientes com Planos de Saúde, mesmo quando são oferecidos estes ‘pacotes de desconto’. Considera-se ainda que os descontos oferecem também uma atração comercial aos Planos de Saúde.

O pagamento de uma taxa única de inscrição considera-se benéfica por duas razões. Em primeiro lugar, solidifica o compromisso dos clientes para com o programa, visto que representa um custo inicial irrecuperável. Em segundo lugar, permite captar receitas antecipadas, ajudando a pagar o custo dos serviços, bem como eventuais incentivos para a equipa. Outra abordagem poderá ser, cobrar um pagamento inicial de 20% a 30% do valor do plano anual, seguido do pagamento mensal da quantia restante.

Poderão ainda ser oferecidos múltiplos descontos à discrição dos CAMVs, como por exemplo após a aquisição do Plano de Saúde, no segundo ano ao efetuar a renovação o cliente poderá desfrutar de 5% de desconto no valor total do Plano e no terceiro e seguintes anos 10%.

Note-se que os Planos e valores sugeridos são baseados nas fontes consultadas e no conhecimento empírico de alguns preços praticados em CAMVs da Grande Lisboa. Não se pretende, de forma alguma, delinear um modelo de negócio, ou definir um estudo de mercado baseado em valores reais (Partners For Healthy Pets, 2012).

Tabela 3 - Exemplo de preço para um Cão com Plano Adulto
(Adaptado de *Preventive Healthcare Plans: Implementation*)

Cão Plano Adulto	Preço ao Consumidor	Desconto	Preço do Plano	Quantidade	Preço Total do Plano	Preço da Mensalidade
Consulta						
Exame de estado geral	30€	30%	21€	2	42€	3.50€
Vacinação Obrigatória						
Raiva	30€	50%	15€	1	15€	1.25€
Vacinação Recomendada						
DHPPi	36€	50%	18€	1	18€	1.50€
L4	36€	50%	18€	1	18€	1.50€
Tratamentos / Serviços						
Citologia Auricular	12€	50%	6€	1	6€	0,50€
Desparasitação Externa	9€	40%	5.40€	2	10.80€	0.90€
Desparasitação Interna	7€	40%	4.20€	3	12.60€	1.05€
Analítica						
Hemograma	18€	30%	12.60€	1	12.60€	1.05€
Painel de Bioquímicas	42€	30%	29.40€	1	29.40€	2.45€
Urianálise	18€	30%	12.60€	1	12.60€	1.05€
Teste Leishmaniose	24€	30%	16.80€	1	16.80€	1.40€
Total					193.80€	16.15€

Elaborando alguns cálculos a título exemplificativo, a partir da tabela 3, é possível perceber que o custo total dos serviços ao consumidor representados é de 315€, caso um cliente optasse por usufruir de todos eles de forma individual, sem recorrer a um Plano. Usufruindo de um Plano de Saúde baseado no modelo de descontos e preços utilizados, o cliente por 193.80€, ou 16.15€ mensais, teria direito ao mesmo número de serviços e pouparia um total de 121.20€ (cerca de 38.5%).

4.4. Benefícios Adicionais

A possibilidade de se usufruir de descontos adicionais em serviços veterinários, proporciona uma motivação acrescida para a adesão a um Plano Preventivo de Saúde Animal.

Uma vez que os clientes ficam vinculados a um ano de serviços preventivos, é comum oferecerem-se benefícios adicionais ou incentivos aos que aderem a um Plano. Alguns exemplos incluem, descontos em consultas de rotina ou de seguimento e/ou descontos de 5% a 15% em serviços e produtos não abrangidos pelo Plano de Saúde, consoante o valor da mensalidade paga. Ou seja, por exemplo, animais com um Plano *standard* poderiam estar habilitados a 5% de desconto em produtos alheios ao Plano, enquanto que animais com um Plano *premium* teriam direito a um desconto de 10% ou 15%, uma vez que são considerados como clientes de alto valor para o negócio (Partners For Healthy Pets, 2012).

4.5. Cobranças e Contratos

Os métodos de cobrança deste tipo de serviços são geralmente baseados em sistemas de autorização de débito em conta, e implicam geralmente a assinatura de um contrato de fidelização anual. O modelo mais semelhante de fácil reconhecimento será o da subscrição em ginásios.

A possibilidade tecnológica de cobranças por cartão de crédito é real, embora pouco comum em Portugal.

Aplicar-se-ão a todos estes programas as implicações legais em vigor no território nacional e de abrangência comunitária, nomeadamente referentes aos direitos de proteção de dados, cancelamento de serviços, reclamações, reembolsos, etc (Partners For Healthy Pets, 2012).

5. IMPLEMENTAÇÃO DE PLANOS DE SAÚDE ANIMAL

A implementação dos Planos de Saúde não tem necessariamente de ser dispendiosa. Contudo, deve ser feita de forma estratégica para que beneficie tanto os CAMVs como os seus clientes e pacientes. Os Planos representam uma mudança

significativa na estratégia de negócio da maioria dos CAMVs, pelo que é importante realizar uma gestão cuidadosa e abrangente dos mesmos, para que se obtenha a adesão por parte dos funcionários e clientes (Partners For Healthy Pets, 2012).

5.1. Definição de Metas e Avaliação da Performance

Sem metas específicas, não há forma de quantificar o sucesso. Alguns CAMVs poderão desejar realizar uma transição mais expedita, enquanto outros poderão preferir uma transição mais cautelosa. Qualquer que seja a escolha, deverá estabelecer-se um número mínimo de Planos aderidos no período de um ano, com os quais se considera atingida a meta estabelecida. Em seguida avalia-se o progresso obtido três meses após a implementação dos Planos. Por exemplo, se um CAMV contar com 4000 clientes e estipular que a sua meta é de 400 subscrições no primeiro ano, caso tenha vendido 150 planos ao fim dos primeiros três meses, saberá que está com um ritmo de vendas capaz de exceder as suas expectativas iniciais, por outro lado caso tenha vendido apenas 80 Planos nesse mesmo período, estará em risco de não conseguir alcançar o objetivo definido (Partners For Healthy Pets, 2012).

5.2. Educação e Treino de Funcionários e Equipas

Tendo em conta que os Planos Preventivos de Saúde Animal representam um desvio do modelo de negócio praticado pela maioria dos CAMVs, é natural que constituam uma novidade para os funcionários. É importante que todos os funcionários sejam instruídos na forma como se implementam os Planos de Saúde. Numa fase inicial, além dos Médicos Veterinários, poderão ser funcionários como os rececionistas que terão uma parte das interações com os clientes sobre os Planos. Contudo, todos os funcionários deverão estar familiarizados com os Planos e os benefícios que estes oferecem, tanto para os animais como para os seus tutores. Toda a informação transmitida relativamente aos Planos de Saúde será também uma forma excelente de educar os clientes quanto à importância dos cuidados preventivos, independentemente de estes optarem por aderir ou não a um Plano.

Os Médicos Veterinários, quer sejam donos de CAMVs, sócios, ou trabalhadores, são particularmente importantes para o sucesso do projeto. Os clientes confiam que o MV mais que ninguém, sabe quais os cuidados ideais a ter com os seus animais. A ajuda dos MVs na educação dos clientes e no esclarecimento de dúvidas, fará com que os proprietários realizem decisões mais informadas quanto à adesão ou não a um Plano, bem como, se o que estão a considerar para o seu animal é de facto o mais apropriado. Uma vez

que, os Planos Preventivos de Saúde Animal deverão somente ser recomendados para animais saudáveis, é importante que o MV verifique se o animal se qualifica. Animais que carecem de cuidados ficarão impossibilitados de ingressar num Plano até ser confirmada a resolução do problema que os acomete (Partners For Healthy Pets, 2012).

5.3. Divulgação do Projeto

Uma vez criado o compromisso de disponibilizar Planos de Saúde, é importante divulgá-los de forma a captar potenciais clientes e a fidelizar os já existentes. Para tal é possível proceder da seguinte forma:

- Colocar estrategicamente panfletos tanto no balcão das receções como nas salas de espera.
- Divulgar informações sobre os Planos de Saúde nos sites e redes sociais dos CAMVs.
- Promover a existência de Planos nas mensagens enviadas a relembrar os clientes das marcações efetuadas.
- Proceder ao envio de emails, para toda a lista de clientes, a promover os Planos existentes.
- Adicionar informações sobre os Planos às mensagens de espera telefónicas dos estabelecimentos.

Há que ter em conta que muitas destas formas de comunicação com os clientes implicam o cumprimento do Regulamento Geral de Proteção de Dados (RGPD) em vigor desde maio de 2018, implicando, entre outras obrigações legais, a autorização dos clientes para que este tipo de contacto possa ser realizado.

Sempre que um tutor ligar para agendar uma consulta de cuidados preventivos, o responsável encarregue de fazer a marcação, deverá introduzir na conversa a existência dos Planos de Saúde e oferecer-se para falar sobre os seus benefícios no dia em que o animal tiver a consulta. Para além disso em cada visita, os proprietários que ainda não dispõem de um Plano, devem também ser informados e encorajados a aderir (Partners For Healthy Pets, 2012).

6. PROCESSOS ADMINISTRATIVOS

A data em que os serviços de saúde preventivos são fornecidos é muito importante. Na maioria das vezes, parte dos serviços adquiridos serão realizados no momento da inscrição. Por exemplo, uma vez examinado pelo Médico Veterinário e confirmado que o animal de estimação é saudável o suficiente para ingressar num Plano, o proprietário poderá completar a sua inscrição. O exame realizado será considerado como a primeira consulta do Plano e quaisquer outros serviços de cuidados preventivos administrados nesse mesmo dia, ficarão também abrangidos.

Antes do cliente abandonar o estabelecimento, deverá proceder-se ao agendamento da próxima consulta, informando-se que independentemente da sua disponibilidade quanto à data estipulada, ser-lhe-á enviado um aviso com duas a três semanas de antecedência para que possa reagendar caso seja necessário.

Após realizada a segunda consulta, aconselha-se novamente o agendamento de uma seguinte. Estas marcações têm como objetivo incentivar a renovação dos Planos, através de ciclos constantes de consultas, independentemente de o Plano se renovar automaticamente ou não (Partners For Healthy Pets, 2012).

6.1. Gestão de Avisos

Por mais importantes que os avisos sejam na prática veterinária atual, são ainda mais importantes no que diz respeito aos Planos de Saúde. É de frisar que os serviços pagos não são reivindicáveis de um ano para o outro, sendo que caso não sejam utilizados até à data em vigor, o cliente automaticamente abdicará de usufruir deles. No entanto, para que os tutores reconheçam o valor dos Planos adquiridos, os seus animais deverão receber todos os serviços para os quais estão inscritos.

Para que isto se concretize, poderão ser necessárias alterações significativas nos protocolos de *follow-up* atualmente praticados pelos CAMVs. Por norma os avisos são enviados por mensagem ou *e-mail*. Caso estes não resultem num compromisso, deverá estabelecer-se o contacto com o cliente por via telefónica, garantindo que os serviços fiquem agendados em tempo útil. Recai ainda sobre toda a equipa, o dever de fazer todos os possíveis para garantir que os animais inscritos recebam os cuidados recomendados no Plano (Partners For Healthy Pets, 2012).

6.2. Alterações de Estatuto

A maneira mais simples de processar os *upgrades* dos Planos é no momento da renovação.

Se um cliente desejar atualizar o seu Plano antes deste terminar, a melhor forma de gerir a situação será proceder-se à reinscrição no Plano de nível superior e alterar a data de renovação para a data da atualização. O mesmo seria verdade para um pedido de transição para um Plano de valor inferior, embora nestes casos exista a necessidade de se confirmar que o paciente não utilizou mais serviços do que os que foram pagos. Se for esse o caso, o melhor cenário é explicar ao cliente que invés de pagar do seu bolso esses serviços, poderá aguardar que o plano atual expire e em seguida alterar para o Plano pretendido.

Uma vez que a renovação automática é altamente recomendada, haverá certas situações em que um cliente deve ser notificado de quaisquer alterações. Por exemplo, tutores de animais com Planos Jovem deverão receber correspondência antes da data de renovação, informando-lhes que o seu Plano será atualizado para um Plano Adulto. Esta mensagem deverá incluir informações sobre quaisquer alterações na taxa mensal deduzida da sua conta. Da mesma forma, caso as taxas do Plano aumentem, os clientes devem ser informados que a nova taxa será alterada e deduzida da sua conta com o primeiro pagamento após a data da renovação.

O *upgrade* de um Plano Adulto para um Adulto *Plus* ou Sênior normalmente carece de uma conversa com o tutor, embora seja uma ótima ideia oferecer essa opção em qualquer conversa antes do cliente efetuar a renovação. Tanto os funcionários como os Médicos Veterinários devem estar cientes da importância destes diálogos educacionais com os proprietários, independentemente da data de renovação do Plano (Partners For Healthy Pets, 2012).

6.3. Renovações

Recomenda-se que os planos sejam renovados automaticamente um ano após efetuada a inscrição. Esta cláusula estará explícita no contrato, mas a equipa deverá ser treinada para destacar esta secção e revê-la com cada cliente no momento da inscrição. O envio de um e-mail de cortesia, deve ser feito com trinta a sessenta dias de antecedência da data de renovação, lembrando os proprietários e oferecendo-lhes a oportunidade de alterar ou cancelar o Plano em vigor.

Caso as renovações não sejam automáticas, os clientes terão de reinscrever anualmente os seus animais de companhia, sem que isto implique o pagamento de uma nova taxa de inscrição.

O agendamento de novas consultas após a renovação dos Planos é crucial para garantir a continuidade dos cuidados prestados aos pacientes e a satisfação dos seus tutores (Partners For Healthy Pets, 2012).

6.4. Cancelamentos e Transferências

Haverá circunstâncias em que os clientes solicitam o cancelamento dos Planos. A maneira mais comum de lidar com estas situações é comparar o valor total dos serviços utilizados sem desconto, com os valores pagos até à data. Caso o montante pago iguale ou exceda o dos serviços prestados, o CAMV poderá libertar o cliente do contrato estabelecido. Se o contrário for verdade, as opções passam por cobrar a diferença antes de rescindir o contrato, ou exigir que efetuem os pagamentos restantes até à data de renovação anual.

Para evitar constrangimentos, é também aconselhável salientar no contrato de inscrição que os Planos Preventivos de Saúde Animal não são transferíveis para outros tutores de animais, nem para outros animais de companhia da mesma família (Partners For Healthy Pets, 2012).

6.5. Óbitos

O gerente do CAMV deverá ser sempre notificado perante o falecimento de um animal que esteja ao abrigo de um Plano. Embora cada caso deva ser tratado de forma individual, será sensato aguardar alguns dias após a perda do animal, antes de se entrar em contato com o proprietário em relação ao Plano de Saúde em vigor.

Ao contrário dos cancelamentos de Planos discutidos anteriormente, neste caso, em gesto de boa fé poderá libertar-se o tutor do contrato estabelecido, independentemente de os serviços utilizados terem ou não sido pagos a preço de desconto. Por outro lado, se houver uma grande discrepância entre os serviços utilizados e os pagamentos recebidos, será necessário conversar com o cliente e chegar a acordo (Partners For Healthy Pets, 2012).

7. INCENTIVOS E ADVERTÊNCIAS

Segundo a *Partners For Healthy Pets*, os Planos Preventivos de Saúde Animal representam a solução ideal para os CAMVs que desejam melhorar os seus serviços e posicionar os cuidados preventivos como uma prioridade para os seus pacientes. Por vezes devido ao desconhecimento por parte dos proprietários, face à necessidade de realizar profilaxia com regularidade, demasiados animais acabam por não receber cuidados preventivos suficientes. Ao existirem Planos anuais, que podem ser pagos em parcelas mensais, tornam-se os cuidados veterinários mais acessíveis e apelativos para um número superior de tutores, contrariando esta tendência.

Contudo, para ser bem-sucedido é necessário dedicação, planeamento, treino e divulgação constantes. Cada CAMV deverá ponderar a implementação deste serviço face às suas circunstâncias, devendo estar ciente de que caso apresente falhas no seu serviço de atendimento, ao introduzir um programa de Planos de Saúde antes de efetuar a resolução desses problemas, poderá exacerbá-los, potencialmente danificando a sua imagem e reputação. A chave consiste na monitorização permanente de todas as áreas de gestão do serviço, bem como no desenvolvimento de estratégias que garantam tirar o máximo partido de cada iniciativa implementada (Partners For Healthy Pets, 2012).

8. IMPACTO DOS PLANOS DE SAÚDE EM CAMVS DOS EUA

A empresa *Brakke Consulting* entrevistou em 2015, três clínicas independentes que oferecem Planos Preventivos de Saúde Animal, a *Bigger Road Veterinary Clinic*, a *Doral Centre Veterinary Clinic* e a *Lansing Veterinary Clinic*, bem como, a corporação *National Veterinary Associates (NVA)* que dispõe de 129 clínicas com mais de 40,000 Planos ativos.

As clínicas entrevistadas para a elaboração deste relatório praticam uma taxa única de inscrição entre os \$45 e os \$50 e oferecem por norma um total de 10 a 15 Planos para cães e gatos, encontrando-se os preços dos seus Planos *standard* na casa dos \$25 aos \$35 por mês, podendo atingir os \$45.

Observou-se em todas, que os Planos de Saúde aumentaram o número de visitas e a receita, expandiram e melhoraram os cuidados dos pacientes e simultaneamente ajudaram a atrair novos clientes e a fortalecer a ligação com os já existentes.

O que a NVA constatou foi que o número de visitas dos clientes com Planos de Saúde aumentara 69% comparativamente ao mesmo período anterior à aquisição de Planos por parte dos seus clientes, o que originou um aumento da média de 3,3 visitas por ano para 5,5. A clínica *Lansing* ao comparar o número de visitas dos seus clientes antes e após adquirirem um Plano, bem como o número de visitas por participantes com e sem Planos, constatou que os clientes com Planos de Saúde não só visitam a sua clínica com maior frequência após aderirem a um Plano como o fazem quase duas vezes mais do que os clientes sem Planos (John Volk, 2015).

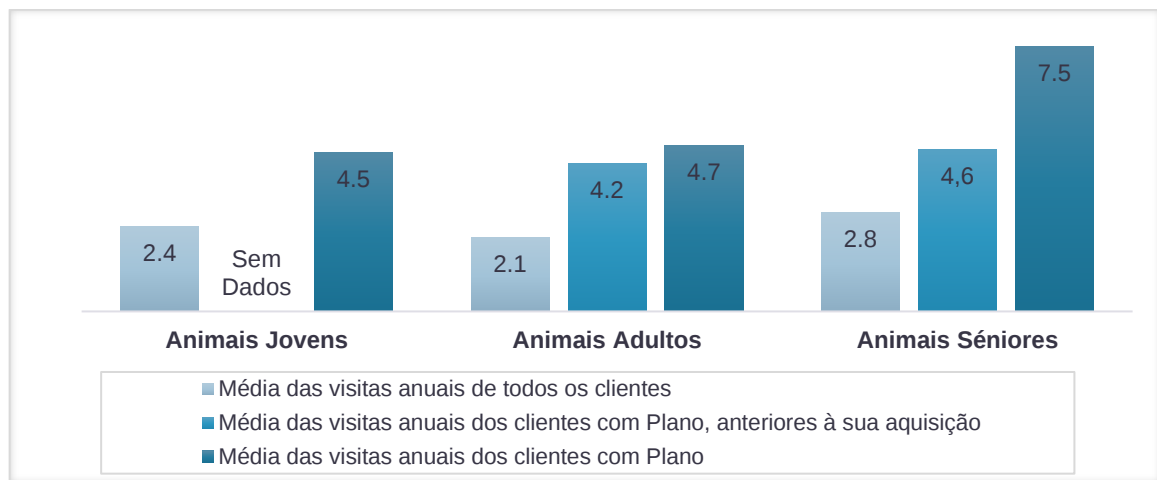


Gráfico 6 - Impacto dos Planos de Saúde no número de visitas da *Lansing Veterinary Clinic* (Adaptado de *Brakke Consulting*, 2015)

Tanto a NVA como a *Lansing* observaram que a receita anual por paciente aumentou significativamente quando comparados os clientes que dispunham de Planos de Saúde com os clientes sem Plano. No caso da *Lansing*, os clientes com Planos de Saúde gastaram muito mais com serviços veterinários do que no ano anterior à aquisição de um Plano, tendo também gasto substancialmente mais do que os clientes sem Plano (John Volk, 2015).

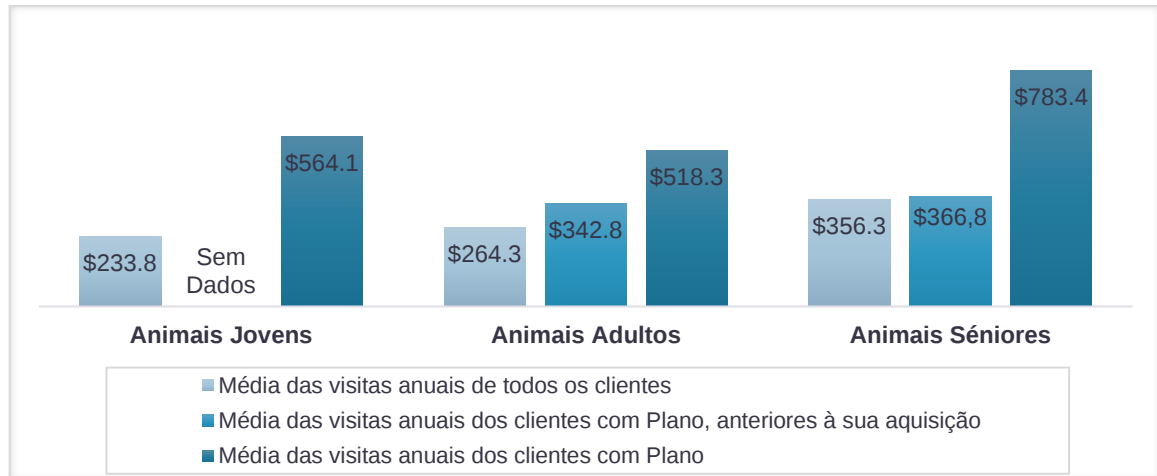


Gráfico 7 - Impacto dos Planos de Saúde na receita da *Lansing Veterinary Clinic* (Adaptado de *Brakke Consulting*, 2015)

Do mesmo modo, a *NVA* constatou que o valor médio gasto anualmente por paciente nos serviços médicos teria aumentado em 57%, de \$389 para \$613. Adicionalmente os gastos com produtos e serviços não médicos fora dos Planos aumentaram em 29%, de uma média de \$223 para \$286. Valores que geraram um aumento total de \$287 por paciente por ano, graças aos Planos de Saúde.

A experiência da *Bigger Road* foi idêntica. Os seus registos mostraram que os clientes gastaram uma média de 65% a mais no ano após a compra de Planos de Saúde do que no ano anterior à sua aquisição.

A *Lansing* verificou ainda um aumento da compra de testes laboratoriais, após incluírem nos seus Planos análises sanguíneas. Por outro lado, a *Bigger Road* constatou que era capaz de captar vacinas que eram perdidas para serviços ambulatoriais e recuperar vendas de produtos que se perdiam para fornecedores on-line.

Outra das áreas que sofreu um crescimento significativo foi a dos cuidados de higiene oral. Tal como muitas clínicas, a *NVA* e a *Lansing* incluem avaliações anuais de saúde oral e tratamentos abrangentes nos seus Planos. No caso da *NVA*, o cumprimento e a receita gerada por estes tratamentos aumentaram drasticamente graças aos de Planos de Saúde (John Volk, 2015).

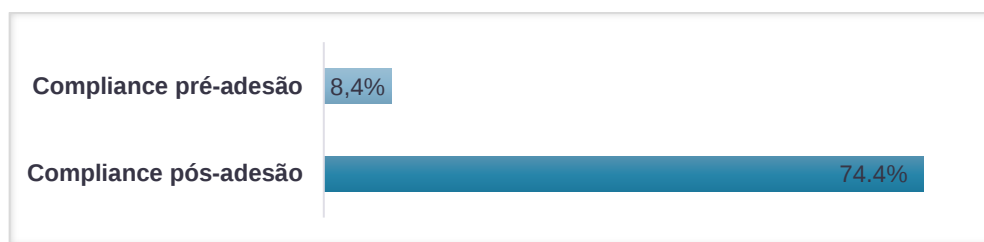


Gráfico 8 - Melhoria do *compliance* de saúde oral dos clientes da NVA com Planos de Saúde (Adaptado de Brakke Consulting, 2015)

A *Doral Centre* concluiu também que os Planos de Saúde são ferramentas eficazes para recrutar novos clientes, tendo estimado ganhos mensais de 30 a 40 novos clientes, devido exclusivamente aos Planos implementados. Para além disso, observou ainda que os Planos de Saúde eram especialmente atraentes para novos tutores de animais, uma vez que esses clientes não sabem o que os animais de estimação precisam e estão receosos face aos potenciais custos dos serviços veterinários. Nestes casos os Planos proporcionam-lhes um guia para a saúde dos seus animais e uma forma de orçamentar as despesas.

Ambas a *NVA* e a *Lansing* garantem descontos nos seus serviços de 35 a 40 por cento. Por sua vez, a *Bigger Road* quase não aplica desconto, mas inclui sem custo um pequeno número de serviços, como os cortes de unhas. Ainda assim em pouco mais de um ano foi capaz de vender mais de 500 Planos de Saúde (John Volk, 2015).

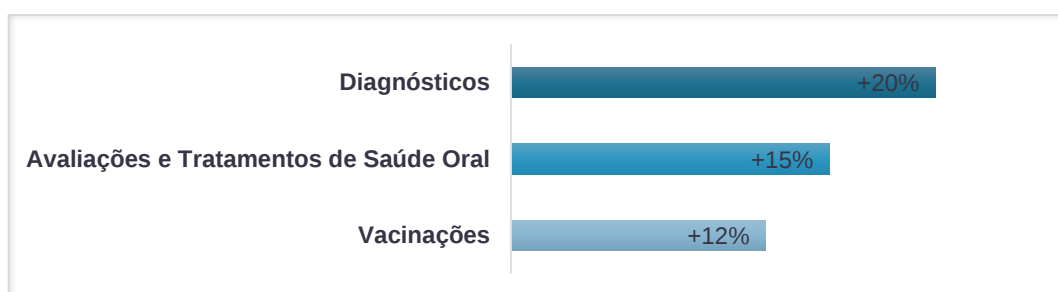


Gráfico 9 - Aumento do número de serviços utilizados após a implementação de Planos de Saúde na *Bigger Road Veterinary Clinic* (Adaptado de Brakke Consulting, 2015)

Por último, verifica-se que em todas as clínicas o total de Planos destinados a cães supera em muito os para gatos (John Volk, 2015).

9. CARACTERÍSTICAS DO MERCADO NACIONAL

Segundo o relatório GfKTrack.2PETS (2017), estima-se que atualmente em Portugal cerca de 2.128 milhões de lares (55%) têm pelo menos um animal de estimação, número o qual tem vindo a estabilizar nos últimos anos.

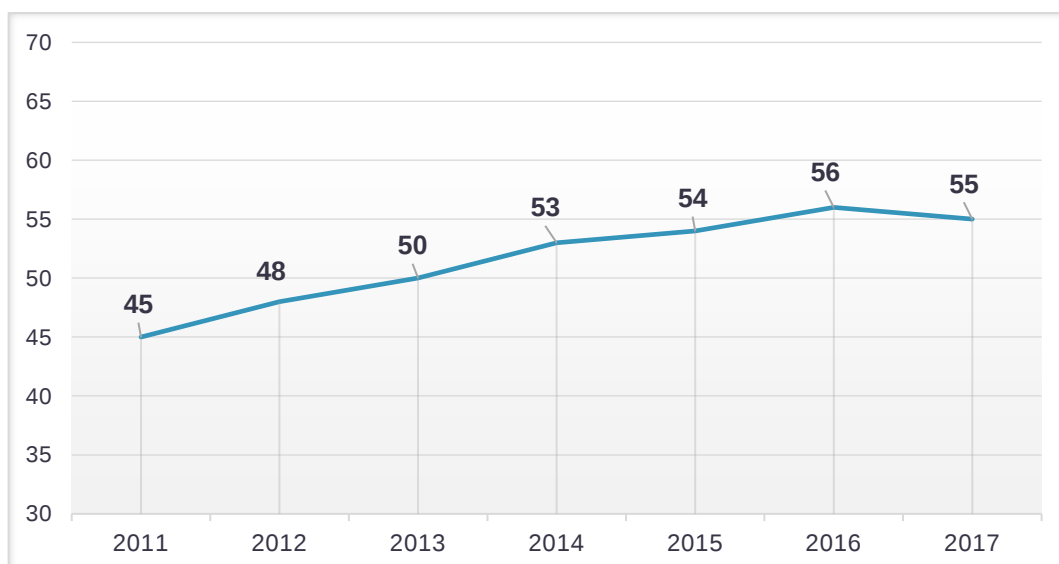


Gráfico 10 - Lares portugueses com animais de estimação (%) (Adaptado de GfK, 2017)

Observa-se que o cão e o gato permanecem a companhia mais desejada e que os portugueses tendem cada vez mais a humanizar e a considerar os seus animais como membros da família (GfKTrack.2PETS, 2017).

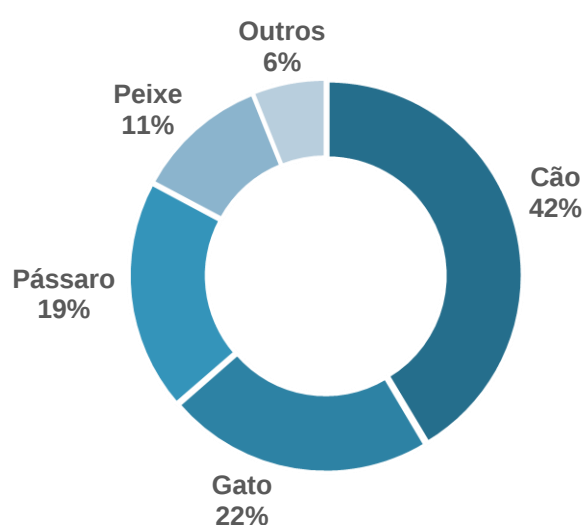


Gráfico 11 - Total de animais de estimação, distribuição 2017 (Adaptado de GfK, 2017)

O aumento da preocupação quanto ao estado de saúde e bem-estar, são também evidentes, sobretudo ao nível da alimentação e dos cuidados de saúde (GfKTrack.2PETS, 2017).

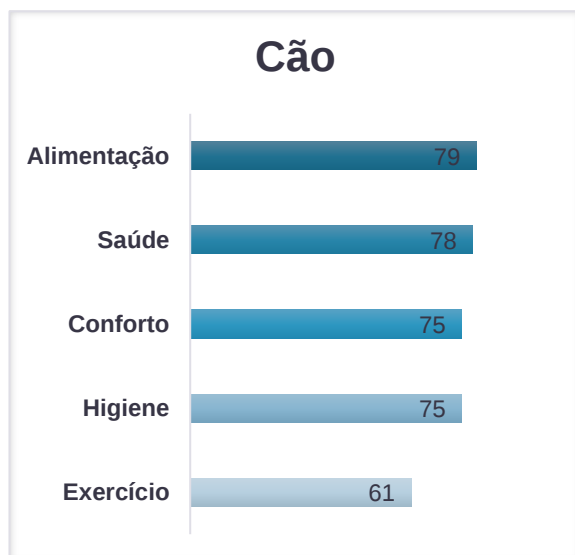


Gráfico 12 - Até que ponto se preocupa com a ... do seu cão (Adaptado de GfK, 2017)

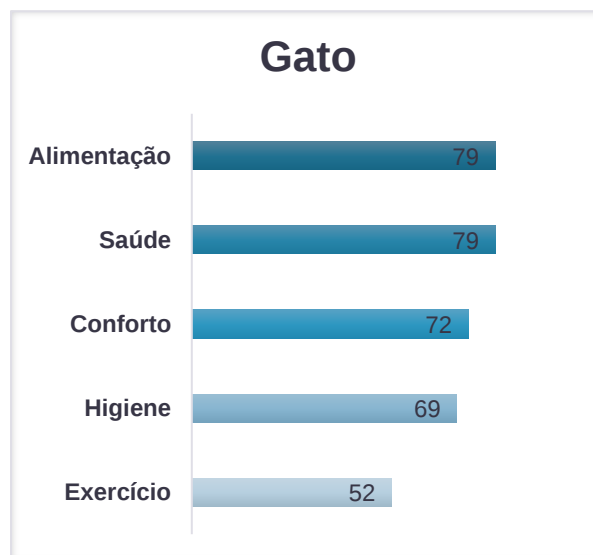


Gráfico 13 - Até que ponto se preocupa com a ... do seu gato (Adaptado de GfK, 2017)

Os dados anteriormente mencionados vêm incontestavelmente ao encontro do aumento dos gastos mensais que os tutores têm vindo a investir com os seus animais de companhia (GfKTrack.2PETS, 2017).

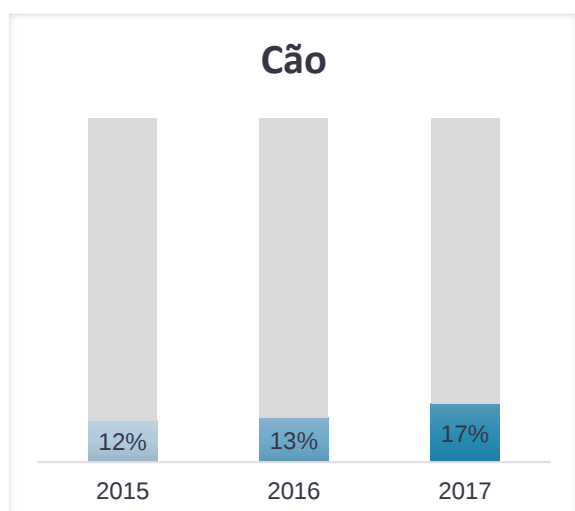


Gráfico 14 - Peso dos gastos com o cão no total orçamento familiar (em média, mensalmente) (%) (Adaptado de GfK, 2017)

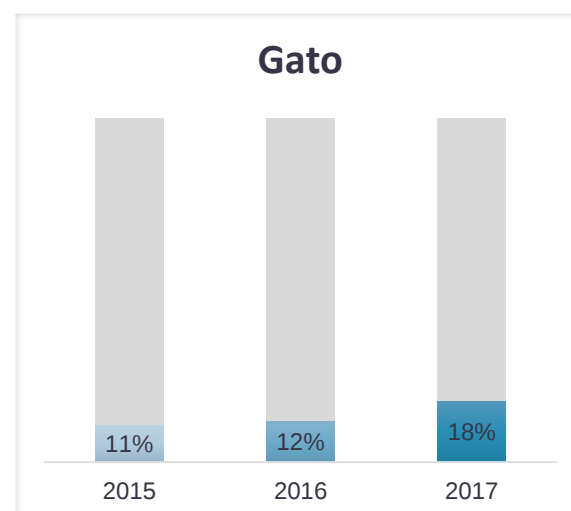


Gráfico 15 - Peso dos gastos com o gato no total orçamento familiar (em média, mensalmente) (%) (Adaptado de GfK, 2017)

Nota-se ainda que do total dos gastos a alimentação apresenta a maior parcela, seguida dos cuidados de saúde e bem-estar (GfKTrack.2PETS, 2017).

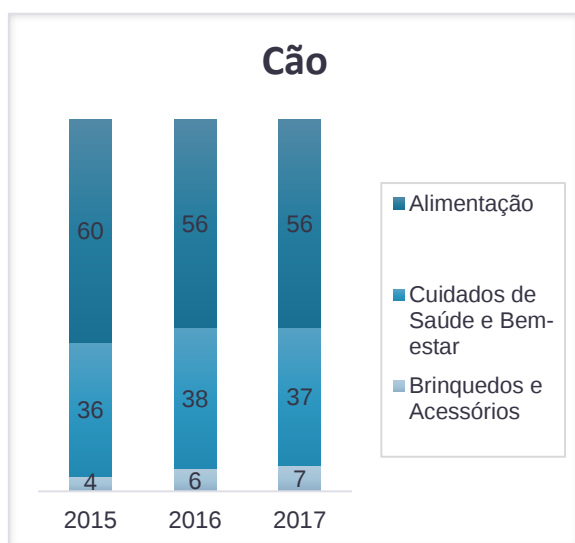


Gráfico 16 - Como se distribuem as parcelas relativas aos gastos? (Adaptado de GfK, 2017)

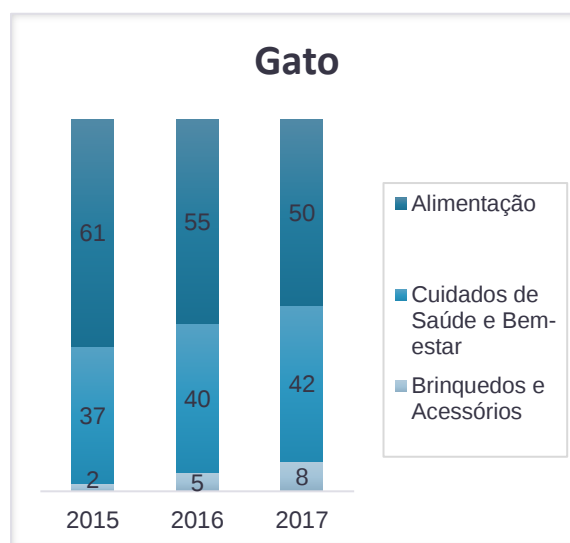


Gráfico 17 - Como se distribuem as parcelas relativas aos gastos? (Adaptado de GfK, 2017)

9.1. Motivações das Idas ao Veterinário

O estudo GfK.Track.2PETS (2015), realizado em Portugal, constatou que dos 1250 inquiridos, 90% afirmava levar o seu cão ao veterinário, o que representou um aumento de 11% face a 2011. Adicionalmente apurou-se que 20% levava o seu cão de três em três meses, 30% de seis em seis e 45% em média uma vez por ano. A recorrência às consultas era motivada maioritariamente por questões de prevenção, constatando-se que 91% dos casos prenderam-se com a vacinação, 43% com a desparasitação interna, 33% com a desparasitação externa, 28% por rotina ou controlo e 22% quando o animal se encontrava doente.

No que respeita aos gatos, 70% afirmava levá-los ao veterinário, o que representou um aumento de 25% face a 2011. Adicionalmente observou-se que 8% levava o seu gato de três em três meses, 27% de seis em seis e 59% em média uma vez por ano. Estas visitas eram também na sua maioria motivadas pela prevenção, constatando-se que 72% dos casos prenderam-se com a vacinação, 37% com a desparasitação interna, 33% com a desparasitação externa, 25% por rotina ou controlo e por último 25% quando o animal se encontrava doente (Veterinária Atual, 2016).

9.2. CAMVs de Portugal e os Planos de Saúde

Atualmente em Portugal existem cerca de 1518 CAMVs em funcionamento (Ordem dos Médicos Veterinários, 2018).

A título de exemplo, sem qualquer intenção de preferência ou qualquer relação com os CAMVs citados, e sem pretensão de representatividade geográfica no território nacional, foi possível identificar Planos de Saúde nas clínicas VetPlanet, na Clínica Veterinária Bola de Pêlo, no GHVS Hospital Veterinário, na Clínica Veterinária Montenegro e nos consultórios veterinários da ZU.

A tentativa de recolha de dados que pudessem ser trabalhados junto de alguns dos CAMVs citados revelou-se infrutífera, permanecendo assim por desvendar se os Planos atualmente implementados têm produzido os resultados desejados.

10. MATERIAIS E MÉTODOS

10.1. Metodologia

Visando o cumprimento dos objetivos deste estudo, elaborou-se um questionário com respostas abertas e fechadas, concebido e disponibilizado através da plataforma do *Google Forms*. A sua divulgação foi feita exclusivamente através de redes sociais, com o objetivo de captar um número substancial de indivíduos de diversas proveniências, faixas etárias, níveis de escolaridade e estatutos socioeconómicos, obtendo-se assim uma amostra variada passível de poder espelhar até certo ponto a realidade da população portuguesa.

A realização do questionário foi feita de forma a incluir a recolha de toda a informação relevante, encontrando-se a versão divulgada nos anexos deste documento.

Antes de se proceder à divulgação final do questionário, propôs-se a 10 indivíduos selecionados de forma aleatória que o testassem, pretendendo-se detetar eventuais falhas no seu design, verificar a sua fácil compreensão e estabelecer um intervalo de resposta. Ressalva-se que estas respostas não foram contabilizadas na amostra final e serviram única e exclusivamente para melhorar o questionário.

Reforça-se ainda que todos os questionários foram realizados de forma anónima e sem qualquer intervenção por parte do investigador.

Não foram definidos critérios de inclusão ou exclusão para os inquiridos, sendo apenas necessária a sua maioria.

10.2. Tipo de estudo

Trata-se de um estudo do tipo observacional transversal.

10.3. Estrutura do questionário

O questionário inclui-o um total de 20 questões, divididas em 8 secções:

Secção 1: com objetivo de avaliar se os inquiridos têm ou já tiveram animais de companhia, quantas vezes o levam ou levavam ao veterinário e quanto gastam ou gastavam por ano na componente de prevenção com os seus animais.

Secção 2: com o objetivo de caracterizar a amostra quanto ao seu conhecimento da existência de Planos de Saúde, bem como qual a fonte de onde essa informação teve origem.

Secção 3: com o objetivo de determinar se os inquiridos apresentam interesse quanto à adesão a um Plano Preventivo de Saúde Animal e quais as suas motivações para aderirem ou não o fazerem.

Secção 4: com o objetivo de avaliar quais os serviços dos Planos de Saúde que suscitam maior interesse nos inquiridos.

Secção 5: com o objetivo de avaliar qual a disposição a pagar por parte dos inquiridos.

Secção 6: com o objetivo de avaliar se os inquiridos se deslocariam com maior frequência aos CAMVs caso usufríssem de um Plano Preventivo de Saúde Animal.

Secção 7: com o objetivo de avaliar se a recomendação por parte dos Médicos Veterinários tem influência ou não na decisão de adesão dos inquiridos.

Secção 8: com o objetivo de avaliar as características sociodemográficas dos inquiridos.

10.4. Análise estatística

O questionário encontrou-se disponível para resposta entre as datas de 10/02/2018 e 25/04/2018, obtendo-se um total de 507 questionários válidos cujas respostas foram contabilizadas para este estudo. Os dados correspondentes às respostas obtidas na plataforma *Google Forms* foram recolhidos e organizados numa base de dados em *Microsoft Excel* 2016 e posteriormente analisados através do software *IBM SPSS Statistics* versão 22.0.

Foi realizada uma análise estatística descritiva a fim de estabelecer as principais tendências dos dados recolhidos. Seguiu-se uma análise estatística inferencial, baseada em testes de chi-quadrado, com o objetivo de determinar a existência de relações entre as variáveis de interesse.

11. RESULTADOS

Atendendo aos objetivos deste trabalho, serão somente apresentados os resultados de maior relevância.

11.1. Análise estatística descritiva

11.1.1. Caracterização sociodemográfica

a) Género

Dos 507 inquiridos a maioria eram mulheres (89.2%, n=452).

b) Idade

No gráfico 18 observa-se que do grupo de inquiridos a faixa etária com maior expressão corresponde às idades compreendidas entre os 18 e os 28 anos (33%, n=167).

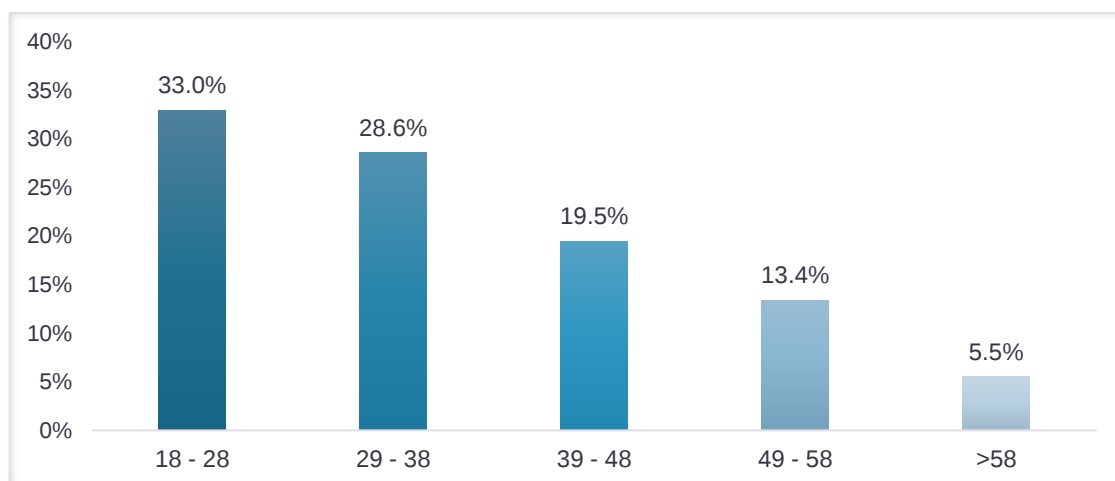


Gráfico 18 - Caracterização da amostra quanto à idade (frequência relativa para a totalidade da amostra, n=507)

c) Habilitações literárias

No gráfico 19 depreende-se que a maioria dos inquiridos possui instrução de grau superior (60.2%, n=305).

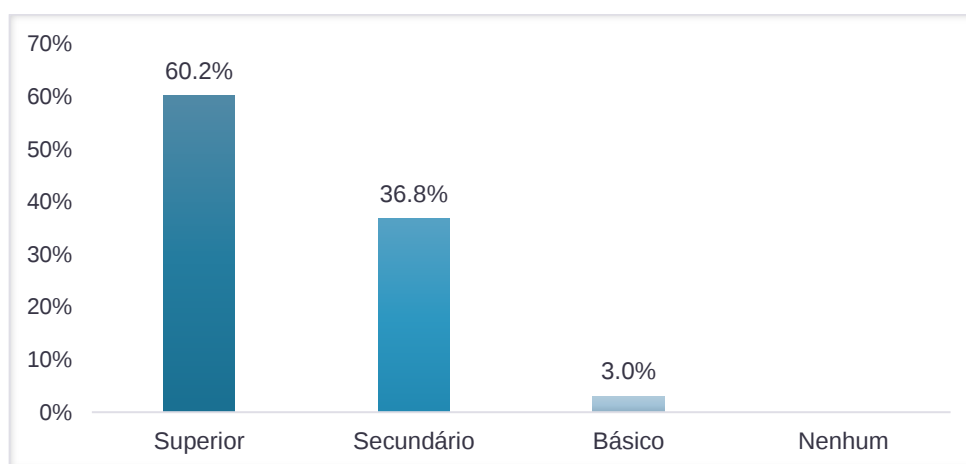


Gráfico 19 - Caracterização da amostra quanto ao grau de instrução (frequência relativa para a totalidade da amostra, n=507)

d) Zona do país

No gráfico 20 constata-se que um terço dos inquiridos são da região de Lisboa.

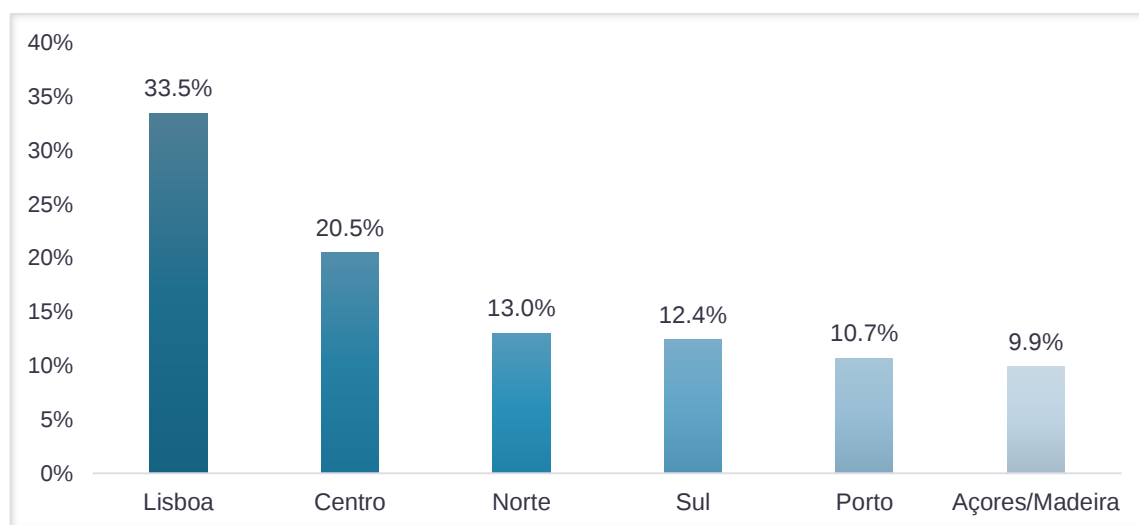


Gráfico 20 - Caracterização da amostra quanto à zona de residência (frequência relativa para a totalidade da amostra, n=507)

e) Grupo de rendimento

No gráfico 21 percebe-se que aproximadamente dois terços da amostra têm no seu agregado familiar um rendimento líquido mensal inferior a 1650€.

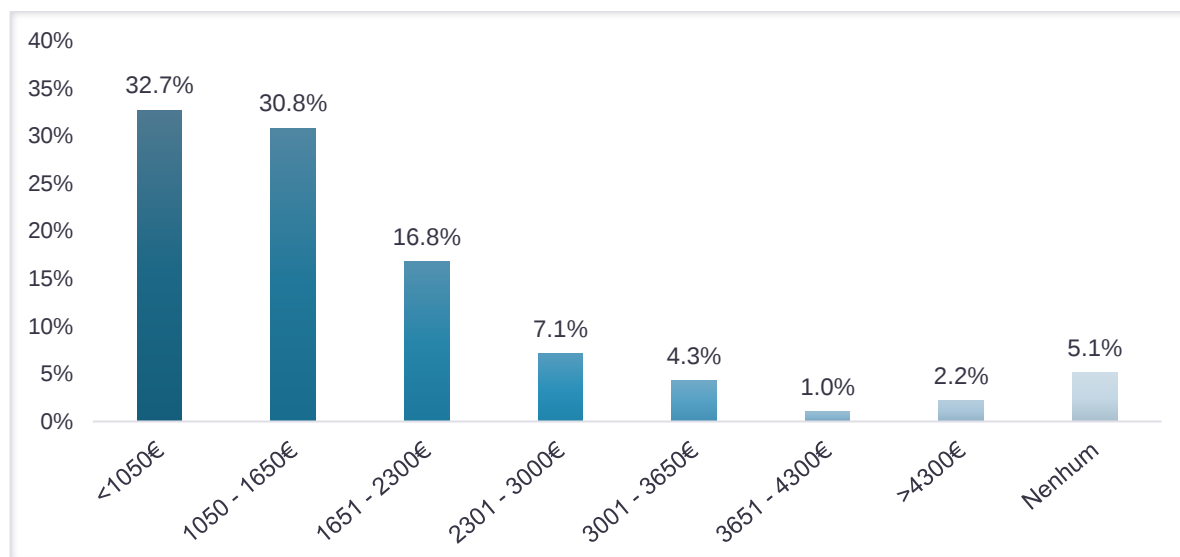


Gráfico 21 - Caracterização da amostra quanto ao grupo de rendimento líquido mensal (frequência relativa para a totalidade da amostra, n=507)

11.1.2. Caracterização da população em estudo

a) Detentores de animais de companhia

A grande maioria dos inquiridos afirma possuir animal de companhia (98.8%, n=501).

b) Visitas ao Veterinário

Segundo o gráfico 22 quase um quarto da amostra (23%, n=115) revela deslocar-se ao veterinário no mínimo uma vez por ano. Em contrapartida (15%, n=77) dos inquiridos aparentemente só leva o seu animal de companhia ao veterinário caso este se encontre doente ou por motivos de urgência.

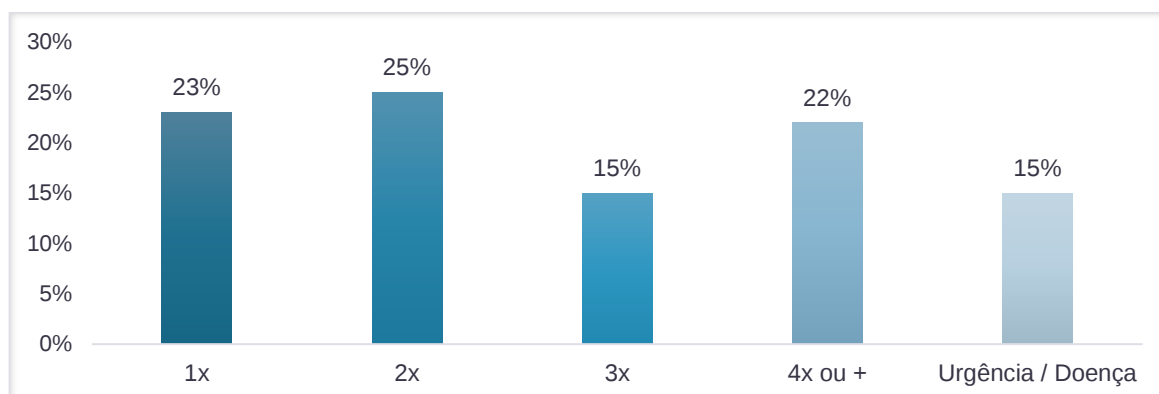


Gráfico 22 - Caracterização da amostra quanto ao número de idas ao veterinário por ano (frequência relativa, n=501)

c) Gastos em prevenção no Veterinário

No gráfico 23 observa-se que mais de um terço da amostra (36.8%, n=184), despende menos de 101€ por ano na componente de prevenção, com o seu animal de companhia.

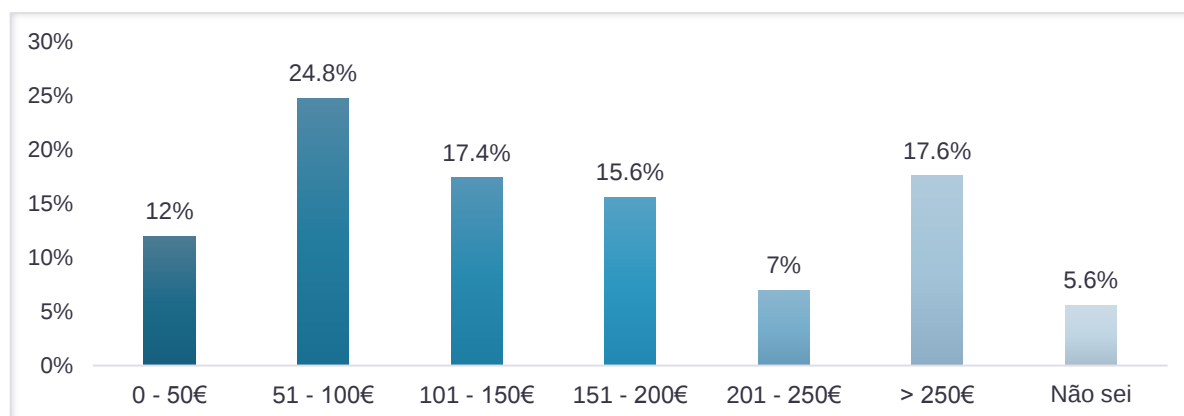


Gráfico 23 - Caracterização da amostra quanto aos gastos anuais em prevenção no Veterinário (frequência relativa, n=501)

11.1.3. Caracterização da amostra relativamente aos Planos Preventivos de Saúde Animal

a) Sensibilização

Face à percepção da existência de Planos de Saúde, a amostra de inquiridos apresenta-se equilibrada com (53.6%, n=272) a afirmar que desconhece este serviço.

b) Fontes de informação

No gráfico 24 é possível constatar que os principais difusores de informação sobre os Planos de Saúde são a Internet (41.7%, n=98) e os Médicos Veterinários (38.7%, n=91).

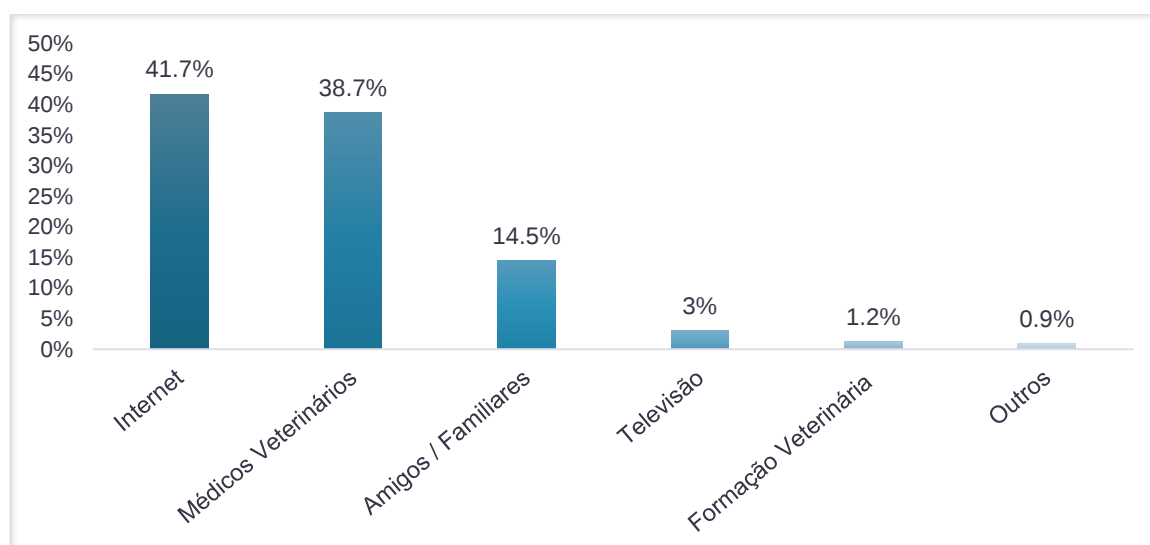


Gráfico 24 - Caracterização da amostra quanto à fonte de informação (frequência relativa, n=235)

c) Interesse

No gráfico 25 verifica-se que mais de metade dos inquiridos (56.6%, n=287) demonstra interesse em aderir a um Plano de Saúde.

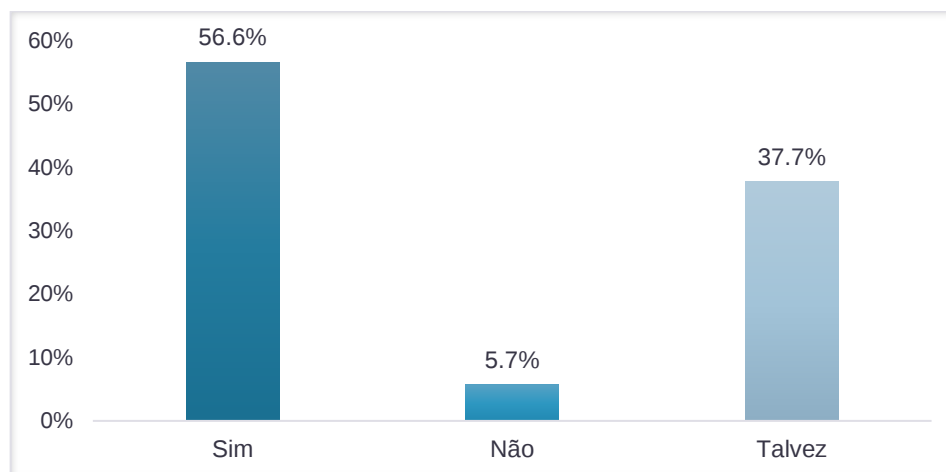


Gráfico 25 - Caracterização da amostra quanto ao interesse de adesão a Planos de Saúde (frequência relativa para a totalidade da amostra, n=507)

d) Motivações do interesse em aderir

Na tabela 4 observa-se que as motivações que suscitam mais interesse nos inquiridos são a possibilidade de deteção precoce de doenças e/ou outras afeções (57.8%, n=478) e a expectativa de garantir que a prevenção dos seus animais de companhia permanece sempre atualizada (54.4%, n=260).

Tabela 4 - Caracterização da amostra quanto aos fatores que motivam os inquiridos a aderir a um Plano de Saúde (frequência relativa, n=478)

	Sim	Não
Poupava dinheiro	32.8%	67.2%
Agrada-me a opção de pagamento faseado ao longo do ano	23.2%	76.8%
Garanto que a prevenção do meu animal de estimação está sempre atualizada	54.4%	45.6%
Permite a deteção precoce de doenças e/ou outras afeções do meu animal de companhia	58.2%	41.8%
Outra	1.5%	98.5%

e) Motivações do desinteresse em aderir

Na tabela 5 depreende-se que as motivações que suscitam mais desinteresse nos inquiridos são o facto de considerarem que os benefícios não compensam os custos (31%, n=9) e a percepção de que acabariam por gastar mais dinheiro do que por norma gastam num ano em prevenção (24.1%, n=7). Note-se que (20.7%, n=6) aparentemente possui outra motivação para o seu desinteresse pelos Planos de Saúde.

Tabela 5 - Caracterização da amostra quanto aos fatores que motivam os inquiridos a não aderir a um Plano de Saúde (frequência relativa, n=29)

	Sim	Não
Não gosto de subscrever serviços	17.2%	82.8%
Já tenho um seguro de saúde para o meu animal de companhia	6.9%	93.1%
Considero excessiva a prevenção que atualmente se pratica	6.9%	93.1%
Acabaria por gastar mais dinheiro do que normalmente gasto num ano	24.1%	75.9%
Não considero que os benefícios compensem os custos	31%	69%
A explicação anterior não foi suficiente para me fazer considerar a sua adesão	10.3%	89.7%
Outra	20.7%	79.3%

f) Serviços de maior interesse

Na tabela 6 constata-se que para os inquiridos os serviços com maior relevância são as vacinações (81.2%, n=388), as consultas de *check-up* (78%, n=373), as análises sanguíneas (73%, n=349) e as desparasitações (68%, n=326).

Tabela 6 - Caracterização da amostra quanto aos serviços incluídos num Plano de Saúde que são mais relevantes para os inquiridos (frequência relativa, n=478)

	Sim	Não
Consultas de check-up	78%	22%
Vacinações	81.2%	18.2%
Desparasitações	68.2%	31.8%
Identificações eletrónicas (microchip)	32.6%	67.4%
Castrações	54.2%	45.8%
Análises sanguíneas (hemograma/bioquímicas)	73%	27%
Exames radiográficos	60%	40%
Exames ecográficos	57.5%	42.5%
Higienizações dentárias	51.3%	48.7%
Despistes (ex: displasia da anca)	44.1%	55.9%
Consultas de nutrição	26.2%	73.8%
Consultas de comportamento	31.6%	68.4%
Banhos / Tosquias	22.6%	77.4%
Cortes de unhas	22.4%	77.6%
Descontos para rações com fins terapêuticos / profiláticos	44.8%	55.2%
Outra	1%	99%

g) Disposição a pagar

No gráfico 26 verifica-se que grande parte dos inquiridos (41.8%, n=200) estaria disposto a pagar entre 10 a 15€ por mês para manter um Plano de Saúde.

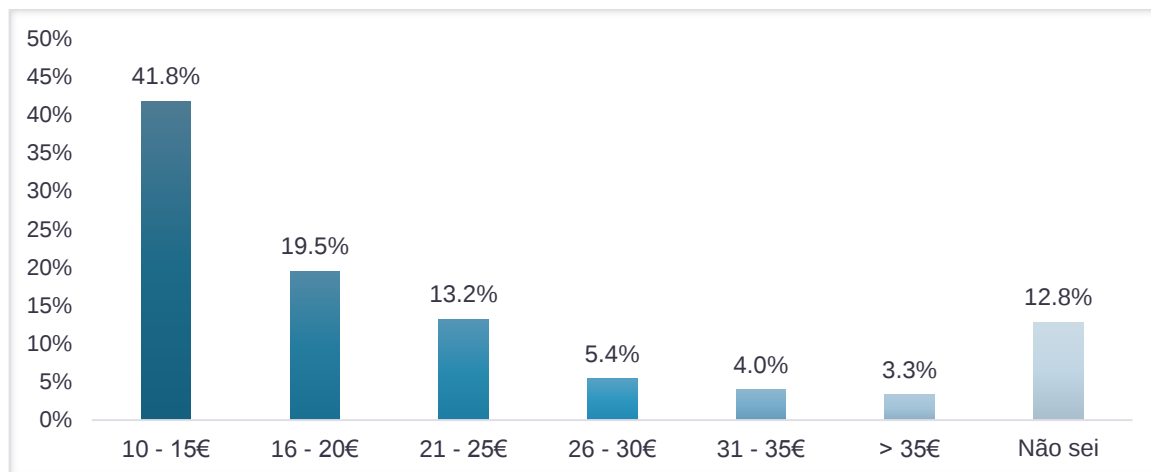


Gráfico 26 - Caracterização da amostra quanto à disposição a pagar por mês para manter um Plano de Saúde (frequência relativa, n=478)

h) Influência na frequência de idas ao Veterinário

No gráfico 27 observa-se que apenas uma pequena parcela dos inquiridos (13.6%, n=65) deslocar-se-ia com menor frequência ao veterinário caso usufruísse de um Plano de Saúde.

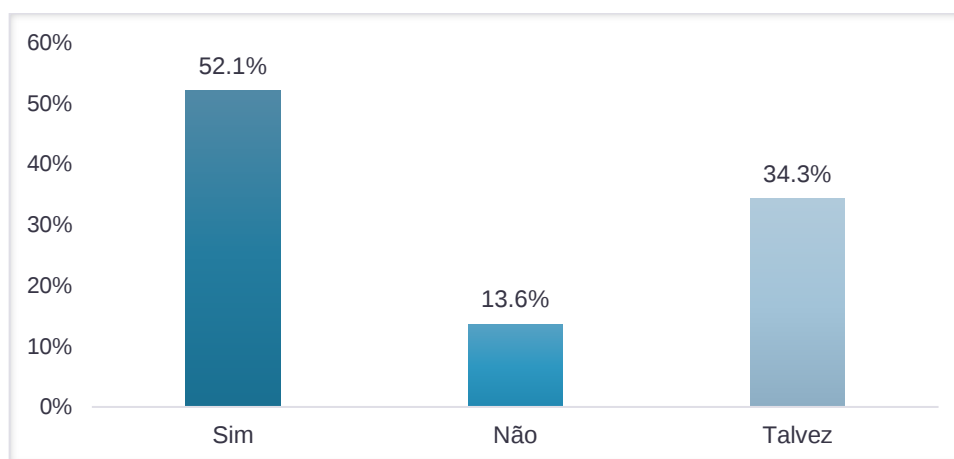


Gráfico 27 - Caracterização da amostra quanto à predisposição para ir ao veterinário com mais vezes caso aderisse a um Plano de Saúde (frequência relativa, n=478)

i) Papel do Médico Veterinário

No gráfico 28 depreende-se que quase metade dos inquiridos (48.1%, n=244) ponderaria a adesão a um Plano de Saúde caso lhes fosse recomendada por um Médico Veterinário e que (36.9%, n=187) não exclui a hipótese de o fazer.

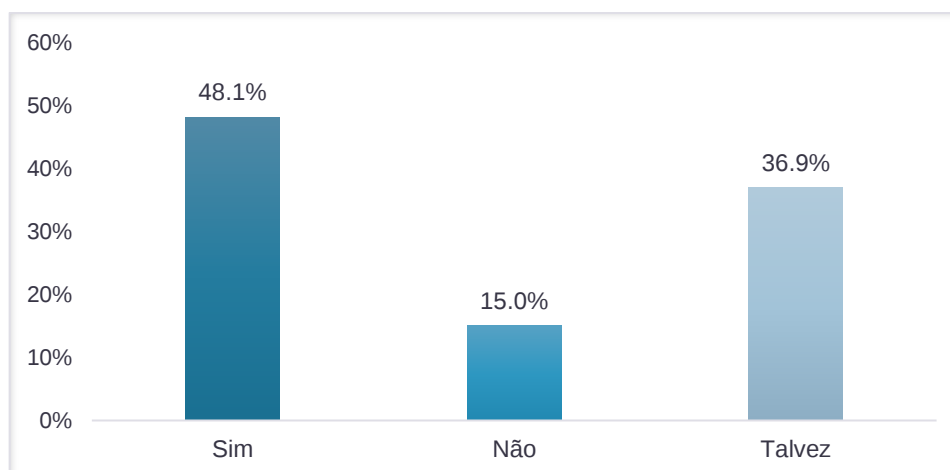


Gráfico 28 - Caracterização da amostra quanto à inclinação de adesão a um Plano de Saúde, mediante recomendação de um Médico Veterinário (frequência relativa para a totalidade da amostra, n=507)

11.2. Análise Estatística Inferencial

Com esta análise pretendeu-se relacionar algumas das variáveis consideradas mais relevantes para os objetivos do estudo, através da aplicação do teste chi-quadrado, para um nível de significância de 95% ($p \leq 0,05$).

11.2.1. Relação do interesse pelos Planos de Saúde com:

a) Sensibilização

Segundo o teste chi-quadrado, existe uma relação estatisticamente significativa entre o interesse pelos Planos de Saúde e a perceção da existência dos mesmos (χ^2 (2, n=507) = 9,770, $p=0,008$). Observa-se que são sobretudo os inquiridos interessados (29.1%, n=148/507) e os que talvez tenham interesse (22.6%, n=115/507) que desconhecem este tipo de serviço.

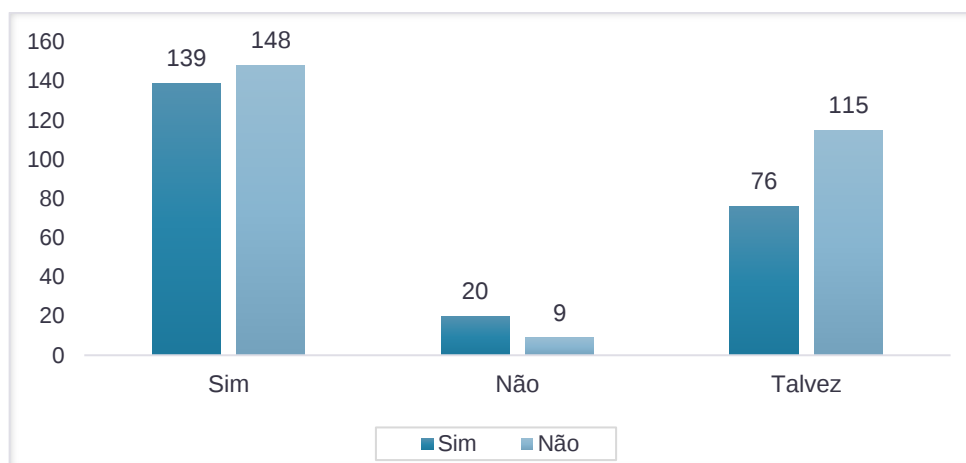


Gráfico 29 - Relação entre a percepção da existência de Planos de Saúde e o interesse pelos Planos de Saúde (frequência absoluta para a totalidade da amostra, n=507)

b) Fontes de informação

De acordo com o teste chi-quadrado, verifica-se uma relação significativa entre o interesse dos inquiridos pelos Planos de Saúde e as fontes de informação, através das quais tomaram conhecimento deste serviço ($\chi^2(10, n=235) = 28,458, p=0,002$). Constatase que aparentemente a maioria dos inquiridos interessados tomaram conhecimento deste serviço através de Médicos Veterinários (28.5%, n=67/235), em contrapartida, a maioria dos inquiridos que talvez estejam interessados (15.7%, n=37/235), ficou ciente da existência de Planos de Saúde através da Internet.

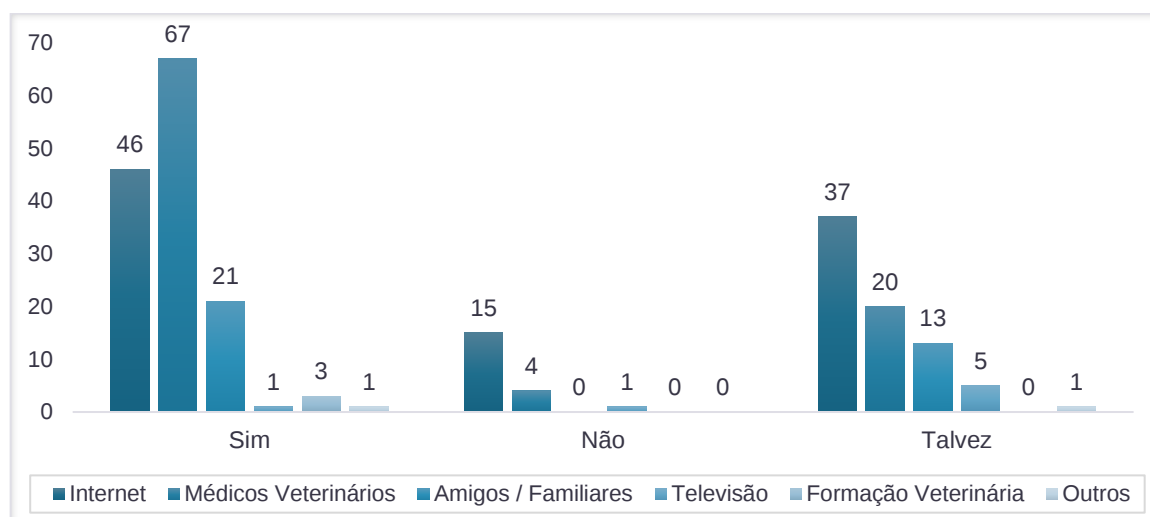


Gráfico 30 - Relação entre as fontes de informação e o interesse pelos Planos de Saúde (frequência absoluta, n=235)

c) Disposição a pagar

O teste chi-quadrado sugere que existe uma relação significativa entre o interesse dos inquiridos pelos Planos de Saúde e a disposição a pagar (χ^2 (6, n=478) = 37,397, $p < 0,001$). Verifica-se que o valor entre os 10€ e os 15€ foi o mais selecionado tanto pelos inquiridos com interesse (21.1%, n=101/478) como pelos que talvez estejam interessados (20.7%, n=99/478).

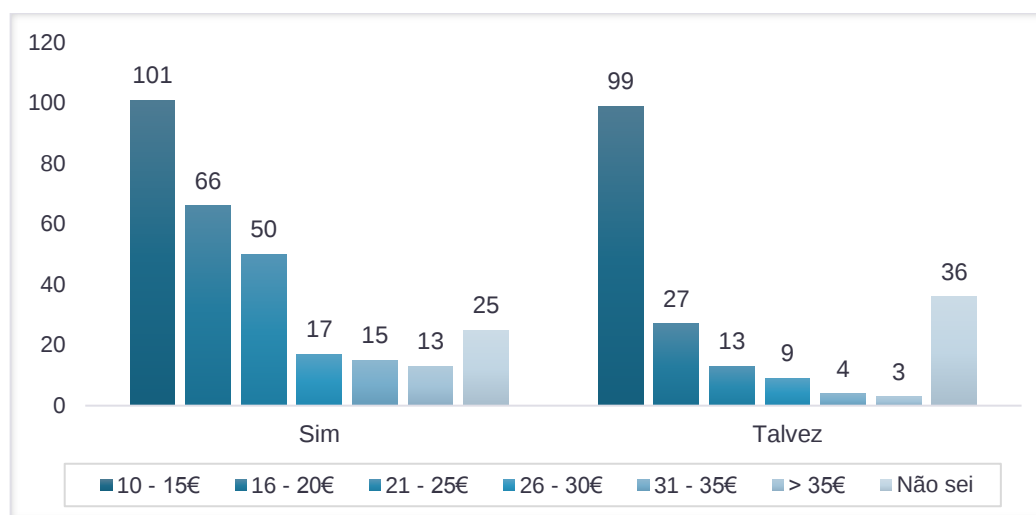


Gráfico 31 - Relação entre a disposição a pagar e o interesse pelos Planos de Saúde (frequência absoluta, n=478)

d) Género

Segundo o teste chi-quadrado, existe uma relação estatisticamente significativa entre o interesse dos inquiridos pelos Planos de Saúde e o género (χ^2 (2, n=507) = 10,516, $p = 0,005$). Observa-se que o sexo feminino é aquele que proporcionalmente apresenta maior interesse pelos Planos de Saúde.

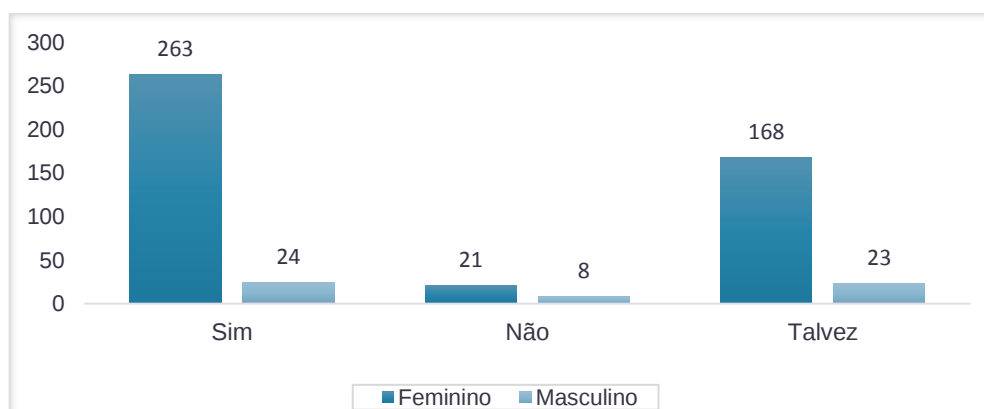


Gráfico 32 - Relação entre o género e o interesse pelos Planos de Saúde (frequência absoluta para a totalidade da amostra, n=507)

e) Idade

De acordo com o teste chi-quadrado, verifica-se uma relação significativa entre o interesse dos inquiridos pelos Planos de Saúde e a idade (χ^2 (8, n=507) = 15,963, p=0,043). Verifica-se que a faixa etária dos 18 aos 28 anos (os mais jovens) é a que apresenta proporcionalmente mais inquiridos com interesse (20.7%, n=105/507) e que talvez estejam interessados (11.2%, n=57/507).

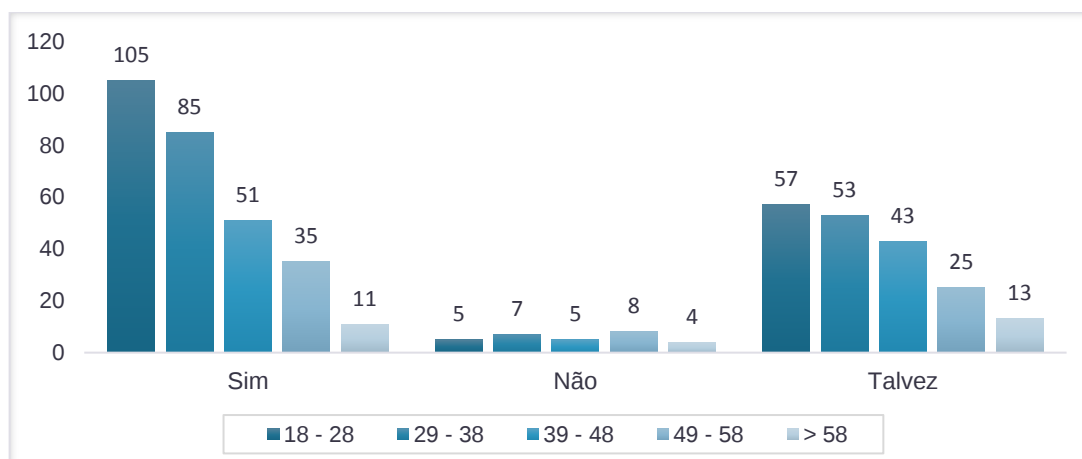


Gráfico 33 - Relação entre a idade e o interesse pelos Planos de Saúde (frequência absoluta para a totalidade da amostra, n=507)

11.2.2. Relação dos gastos anuais em prevenção com:

a) Disposição a pagar

O teste chi-quadrado sugere que existe uma relação significativa entre os gastos anuais e a disposição a pagar (χ^2 (42, n=472) = 80,870, p<0,001). Percebe-se que é entre os inquiridos com menores gastos anuais em prevenção que se declaram as menores disposições a pagar pelos Planos de Saúde.

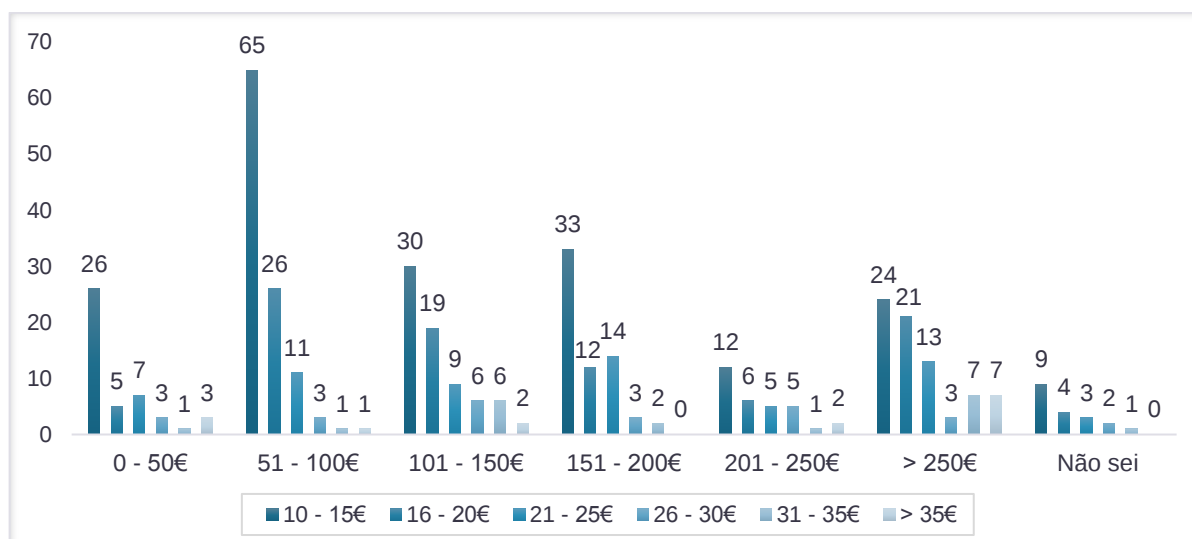


Gráfico 34 - Relação entre os gastos anuais em prevenção e a disposição a pagar (frequência absoluta, n=472)

Por último, os testes de chi-quadrado que se revelaram não significativos apontam para que o interesse dos inquiridos pelos Planos de Saúde seja independente de fatores como: possuírem na atualidade ou não animal de companhia; frequência com que visitam o Veterinário; despesa anual em serviços e produtos de prevenção; habilitações literárias; distrito e grupo de rendimento líquido mensal do agregado familiar.

12. DISCUSSÃO

Uma vez que a esmagadora maioria dos inquiridos tem animais de companhia (98.8%, n=507) considera-se que possuem uma certa perceção dos custos que estes representam. Como tal, pode-se sugerir que os dados apresentados e as eventuais conclusões a retirar apresentam algum grau de verosimilhança. Quer isto dizer que as respostas ao eventual interesse declarado pelos Planos de Saúde, bem como a potencial disposição a pagar pelos mesmos podem ser lidas como refletindo as reais opiniões dos inquiridos, e não apenas como assunções baseadas numa realidade para eles desconhecida.

Ainda assim, não pode deixar de ser referido o carácter não vinculativo associado a opiniões e vontades expressas em questionários, que pode sempre ser associado a respostas desfasadas da realidade.

Contudo, é possível sugerir que este estudo terá encontrado um equilíbrio adequando, pelo que se admite como cabal a discussão que se segue.

Apesar de não ser relevante para os objetivos do estudo, notou-se que (15%, n=77) dos inquiridos aparentemente só leva o seu animal de companhia ao Veterinário quando este se encontra doente ou por motivos de urgência, dado preocupante que pode revelar a existência de uma população de risco.

Somente (5.7%, n=507) dos inquiridos demonstra desinteresse em aderir a este tipo de serviço. Não parece possível extrapolar este dado para que se traduza em potenciais aderentes a Planos de Saúde. Como referido acima, uma vez que os inquiridos não se encontram vinculados a nada, por norma, apresentam maior tendência para responderem a este género de questionários consoante o que consideram ser aquilo que se pretende obter como resposta, daí os valores obtidos nem sempre corresponderem à realidade.

Todavia, as motivações quanto à componente médica e de saúde aparentemente representam maior relevância para o interesse de adesão dos inquiridos do que os aspetos monetários. Dados que talvez reflitam que existe mais inquiridos a colocar o bem-estar e a saúde dos seus animais em primeiro plano.

O desinteresse parece ser motivado pelo facto de os inquiridos considerarem que teriam maior despesa do que têm atualmente e por não acreditarem que os benefícios para a saúde dos seus animais compensem os custos que teriam. Estas duas motivações talvez sejam as principais barreiras a ultrapassar face ao potencial de adesão aos Planos de Saúde por parte dos consumidores, sugerindo uma necessidade de informação relativamente à importância da prevenção na saúde dos animais de companhia.

É de realçar que são as mulheres que proporcionalmente se declaram mais interessadas neste tipo de produto, embora não possa ser visto como um dado surpreendente. Não só é comum que a taxa de respostas por parte de elementos do género feminino a este tipo de questionário seja tradicionalmente mais elevada, como também serão porventura as mulheres os elementos dos agregados familiares mais comumente associados ao cuidado dos animais.

Quanto à maior proporção de jovens associada ao interesse por Planos de Saúde, pode-se sugerir que serão as gerações mais jovens aquelas mais disponíveis a assumir a preferência por novos tipos de produtos e novas formas de encarar o papel dos animais no seio das famílias, estando assim mais dispostas a recorrer a este tipo de produto como forma de melhor cuidar dos seus animais.

Considera-se que a percentagem do rendimento abaixo dos 1050€ é relativamente elevada (32.7%, n=166) o que poderá remeter para o facto de que os inquiridos interpretaram incorretamente a pergunta, tendo respondido o seu rendimento individual em vez do rendimento do seu agregado familiar. Assim sendo, este dado constitui porventura uma limitação do estudo.

É interessante notar a ausência de relações significativas quer com o rendimento, quer com as habilitações dos inquiridos. Empiricamente a classe veterinária conhece há muito a ausência de relação entre o poder de compra dos seus clientes e a vontade de suportar os custos da medicina veterinária.

A ausência de relação com a localização por distrito é também interessante, demonstrando uma conhecida menor assimetria geográfica entre quer os cuidados de saúde disponíveis quer a perceção da sua relevância para os consumidores.

Os resultados obtidos, quanto à frequência de visitas ao Veterinário mediante adesão, apontam para que porventura os Plano de Saúde teriam um efeito positivo face a este dado, uma vez que somente (13.6%, n=478) dos inquiridos aparentemente não se deslocaria com maior frequência ao Veterinário caso usufríssem de um Plano de Saúde.

Pode-se assim sugerir que até existe nos inquiridos a perceção de potencial vantagem num maior número de visitas ao Veterinário.

O Médico Veterinário aparentemente poderá ter um papel especialmente importante enquanto fonte de informação impulsionadora dos Planos de Saúde, uma vez que bastantes inquiridos revelam que ficariam mais inclinados em aderir mediante a recomendação de um Médico Veterinário (48.1%, n=507). Para além disso, a maioria dos inquiridos que responderam que, sim considero interessantes os Planos de Saúde, mencionam que essa informação lhes foi transmitida por um Médico Veterinário (67, n=235).

Contudo é importante notar que é possível que alguns dos inquiridos ao responderem que se encontram familiarizados com este tipo de serviço (46.4%, n=235), tenham na realidade equivocadamente associado outros serviços como os seguros ou os cartões de desconto, aos Planos de Saúde, originando valores de sensibilização mais equilibrados do que os esperados.

Finalmente quase metade dos inquiridos potencialmente interessados (41.8%, n=478) indicaram que estariam dispostos a pagar o valor proposto mais baixo, de 10 a 15€ por mês. Este tipo de resultado deve ser interpretado de forma cuidadosa. Ainda que não exista um vínculo para o inquirido, haverá sempre algum grau de tendência para responder

o valor mais baixo disponível. Este tipo de resposta pode ser interpretado não só como uma forma de baixo compromisso, mas também como uma forma de estratégia inconsciente de, por esta via, baixar o preço de um potencial produto que surja no mercado.

13. CONCLUSÃO

Considera-se que os objetivos da presente dissertação foram alcançados e incentiva-se à realização de estudos futuros sobre a mesma temática.

Atendendo aos resultados obtidos, o cenário para este tipo de serviços parece ser favorável do ponto de vista do interesse expressado pelos inquiridos.

A realidade portuguesa no que respeita aos Planos de Saúde é ainda bastante prematura, encontrando-se poucos CAMVs com este serviço. A reduzida expressão e falta de visibilidade dos serviços existentes podem-se prender com o facto de as políticas atualmente em vigor não permitirem que CAMVs publicitem os seus serviços.

Não obstante, os dados obtidos parecem indicar que talvez os portugueses estejam cada vez mais sensíveis para com as questões de saúde e bem-estar, o que poderá querer dizer que estejam mais abertos que nunca a aderir a este género de serviços e a comportar os custos em benefício dos seus animais de companhia.

Assim sendo, talvez seja a altura ideal para mais CAMVs a nível nacional começarem a ponderar em apostar no desenvolvimento de Planos Preventivos de Saúde Animal.

BIBLIOGRAFIA

Volk, J.O., Felsted, K.E., Thomas, J.G., Siren, C.W. (2011). Executive Summary of the Bayer Veterinary Care Usage Study. *Journal of the American Veterinary Medical Association*, 238(10), 1275-82. <https://doi.org/10.2460/javma.238.10.1275>

Partners for Healthy Pets (2012). *Preventive Healthcare Plans: An effective tool for improving the health of America's pets – Overview* (1ªEd., pp. 4-11). Washington, United States of America

Partners for Healthy Pets (2012). *Preventive Healthcare Plans: An effective tool for improving the health of America's pets – Implementation Manual* (1ªEd., pp. 4-35). Washington, United States of America

Abaxis Global Diagnostics (2016). *Preventive Care – The role of diagnostics* (1ªEd., pp. 2-23). California, United States of America

GfK (2017). *GfK.Track.2PETs – Estudo sindicado regular da GfK VAGA 2017* (5ªEd., pp. 5-14). Portugal

Banfield (2018). Acedido a 27 de Fevereiro de 2018, em <https://www.banfield.com/pet-healthcare/optimum-wellness-plans>

AAHA/AVMA (2011). *AAHA Guidelines*. Acedido a 8 de Março de 2018, em https://www.aaha.org/public_documents/professional/guidelines/aaha-avma_preventivehealthcareguidelines.pdf

Veterinary News - DVM360 (2015). Acedido a 19 de Março de 2018, em <http://veterinarynews.dvm360.com/everything-you-ever-wanted-know-about-wellness-plans?pageID=1>

Pet Health Network (2018). Acedido a 24 de Março de 2018, em <http://www.pethealthnetwork.com/dog-health/dog-checkups-preventive-care/what%E2%80%99s-difference-between-preventive-care-plans-and-pet>

Green Pastures Veterinary Center (2018). Acedido a 24 de Março de 2018, em <https://www.greenpasturesvets.co.uk/services/keeping-your-pet-healthy>

Companion Carevets (2018). Acedido a 27 de Março de 2018, em <https://www.companioncare.co.uk/pet-health-plans/>

Vets4Pets (2018). Acedido a 27 de Março de 2018, em <https://www.vets4pets.com/pet-health-plans-offers/>

Veterinária Atual (2016). Acedido a 2 de Abril de 2018, em <https://www.veterinaria-atual.pt/na-clinica/portugal-tem-67-milhoes-de-animais-de-estimacao/>

Ordem dos Médicos Veterinários (2018). *Estatísticas*. Acedido a 27 de Julho de 2018, em <https://www.omv.pt/omv/estatisticas>

GHVS Hospital Veterinário (2018). Acedido a 3 de Agosto de 2018, em <http://www.ghvs.pt/index.php?sec=part12>

Bola de Pêlo Clínica Veterinária (2018). Acedido a 3 de Agosto de 2018, em <https://www.boladepelo.pt/planos-de-saude/>

FishPlanet Loja de Animais (2018). Acedido a 3 de Agosto de 2018, em <https://www.fishplanet.pt/pt/pagina/19/plano-de-saude/>

ANEXOS

Planos Preventivos de Saúde Animal

Este questionário realiza-se no âmbito da elaboração de uma dissertação de mestrado em Medicina Veterinária, com o principal objetivo de compreender se a sociedade portuguesa está sensibilizada quanto à existência de planos de saúde animal e se revela interesse e recetividade face a estes serviços.

A sua participação tem um tempo estimado de 3-8 minutos, pretendendo-se captar apenas a sua opinião pessoal e sincera, pelo que não existem respostas certas nem erradas.

1) Possui animal de companhia? *

☐ Sim

☐ Não

1.1) Já teve algum animal de companhia? *

☐ Sim

☐ Não

Se tiver mais que um animal de companhia por favor considere apenas o animal mais velho.

2) Quantas vezes por ano vai com o seu animal de companhia ao veterinário? *

☐ 1x

☐ 2x

☐ 3x

☐ 4x ou mais

☐ Apenas em caso de urgência ou doença

2.1) Recorda-se quantas vezes por ano levava o seu animal de companhia ao veterinário? *

- ☐ 1x
- ☐ 2x
- ☐ 3x
- ☐ 4x ou mais
- ☐ Apenas em caso de urgência ou doença

3) Quanto diria que gasta por ano, na componente de prevenção do seu animal de companhia? (ex: vacinações, desparasitações, consultas de rotina, entre outros). *

- ☐ 0-50€
- ☐ 51-100€
- ☐ 101-150€
- ☐ 151-200€
- ☐ 201-250€
- ☐ > 250€
- ☐ Não sei

3.1) Quanto diria que gastava por ano na componente de prevenção do seu animal de companhia? (ex: vacinações, desparasitações, consultas de rotina, entre outros).

- ☐ 0-50€
- ☐ 51-100€
- ☐ 101-150€
- ☐ 151-200€
- ☐ 201-250€
- ☐ >250€
- ☐ Não sei

Questões sobre os Planos de Saúde Animal

Os Planos de Saúde Animal são pacotes, muitas vezes fornecidos pelas próprias clínicas, que abrangem serviços veterinários anuais, destinados a manter um animal de companhia saudável e para o qual o proprietário pode pagar uma mensalidade ou anuidade fixa. Estes Planos geralmente incluem exames físicos completos, vacinações, desparasitações, exames complementares de diagnóstico e podem ainda incluir cirurgias, tais como castrações ou higienizações dentárias, sendo que por norma abrangem cães, gatos e coelhos.

4) Sabia da existência de Planos de Saúde Animal? *

☐ Sim

☐ Não

4.1) Como adquiriu essa informação? *

☐ Amigos/Familiares

☐ Internet

☐ Televisão

☐ Médicos Veterinários

☐ Outra: _____

5) Tendo em conta o que leu anteriormente, considera interessante a adesão a um Plano de Saúde Animal? *

☐ Sim

☐ Não

☐ Talvez

5.1) Indique qual(ais) a(s) razão(ões): *

- ☐ Poupara dinheiro
- ☐ Agrada-me a opção de pagamento faseado ao longo do ano
- ☐ Garanto que a prevenção do meu animal de estimação está sempre atualizada
- ☐ Permite a deteção precoce de doenças e/ou outras afeções do meu animal de companhia
- ☐ Outra: _____

5.2) Indique qual(ais) a(s) razão(ões): *

- ☐ Não gosto de subscrever serviços
- ☐ Já tenho um seguro de saúde para o meu animal de companhia
- ☐ Considero excessiva a prevenção que atualmente se pratica
- ☐ Acabaria por gastar mais dinheiro do que normalmente gasto num ano
- ☐ Não considero que os benefícios compensem os custos
- ☐ A explicação anterior não foi suficiente para me fazer considerar a sua adesão
- ☐ Outra: _____

6) Qual(ais) o(s) serviço(s) que gostaria de ver incluído(s) num Plano de Saúde Animal? *

- ☐ Consultas de check-up/rotina
- ☐ Vacinações
- ☐ Desparasitações
- ☐ Identificações electrónicas (microchip)
- ☐ Castrações
- ☐ Análises sanguíneas (hemograma e/ou bioquímicas)
- ☐ Exames radiográficos
- ☐ Exames ecográficos
- ☐ Higienizações dentárias
- ☐ Despistes (ex: displasia da anca)
- ☐ Consultas de nutrição
- ☐ Consultas de comportamento
- ☐ Banhos/Tosquias
- ☐ Cortes de unhas
- ☐ Descontos para rações com fins terapêutico/profiláticos
- ☐ Outra: _____

É importante que responda como se estivesse numa situação real, tendo em conta que o valor que selecionar deixaria de estar disponível para outros fins.

7) Qual o valor da mensalidade que estaria disposto a pagar para manter um Plano de Saúde Animal, tendo em conta os serviços que selecionou anteriormente? *

- ☐ 10-15€
- ☐ 16-20€
- ☐ 21-25€
- ☐ 26-30€
- ☐ 31-35€
- ☐ >35€
- ☐ Não sei

8) Caso usufruísse de um Plano de Saúde Animal com o valor e benefícios anteriormente selecionados, deslocar-se-ia mais vezes ao Veterinário? *

- ☐ Sim
- ☐ Não
- ☐ Talvez

9) Se a recomendação para a subscrição de um Plano de Saúde Animal lhe fosse feita por um Médico Veterinário, ficaria mais inclinado em aderir? *

- ☐ Sim
- ☐ Não
- ☐ Talvez

Dados pessoais

Género: *

- ☐ Feminino
- ☐ Masculino

Idade: *

- ☐ 18-28
- ☐ 29-38
- ☐ 39-48
- ☐ 49-58
- ☐ >58

Habilitações literárias: *

- ☐ Nenhuma
- ☐ Básico
- ☐ Secundário
- ☐ Superior

Distrito: *

- ☐ Aveiro
- ☐ Beja
- ☐ Braga
- ☐ Bragança

- ☐ Castelo Branco
- ☐ Coimbra
- ☐ Évora
- ☐ Faro
- ☐ Guarda
- ☐ Leiria
- ☐ Lisboa
- ☐ Portalegre
- ☐ Porto
- ☐ Santarém
- ☐ Setúbal
- ☐ Viana do Castelo
- ☐ Vila Real
- ☐ Viseu
- ☐ Açores
- ☐ Madeira

Grupo de rendimento líquido mensal do seu agregado familiar: *

- ☐ <1050€
- ☐ 1050-1650€
- ☐ 1651-2300€
- ☐ 2301-3000€
- ☐ 3001-3650€
- ☐ 3651-4300€
- ☐ >4300€
- ☐ Nenhum